



Universidad Nacional Mayor de San Marcos
Universidad del Perú. Decana de América

Dirección General de Estudios de Posgrado Facultad
de Psicología
Unidad de Posgrado

**Clima organizacional y la percepción de la calidad de
servicio del cliente interno en una institución pública,
Lima-Perú**

TESIS

Para optar el Grado Académico de Magíster en Psicología con
mención en Psicología Organizacional

AUTOR

Suseyla Roxana SARMIENTO PRIETO

ASESOR

Dra. Mildred PAREDES TARAZONA

Lima, Perú

2020



Reconocimiento - No Comercial - Compartir Igual - Sin restricciones adicionales

<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/>

Usted puede distribuir, remezclar, retocar, y crear a partir del documento original de modo no comercial, siempre y cuando se dé crédito al autor del documento y se licencien las nuevas creaciones bajo las mismas condiciones. No se permite aplicar términos legales o medidas tecnológicas que restrinjan legalmente a otros a hacer cualquier cosa que permita esta licencia.

Sarmiento, S. (2020). *Clima organizacional y la percepción de la calidad de servicio del cliente interno en una institución pública, Lima-Perú*. Tesis para optar grado de Magíster en Psicología con mención en Psicología Organizacional. Unidad de Posgrado, Facultad de Psicología, Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Lima, Perú.

Hoja de Metadatos complementarios

| | |
|---|---|
| Código ORCID del autor | https://orcid.org/0000-0003-0293-3309 |
| DNI o pasaporte del autor | 46265983 |
| Código ORCID del asesor | https://orcid.org/0000-0002-9632-0927 |
| DNI o pasaporte del asesor | 06211840 |
| Grupo de investigación | “—“ |
| Agencia financiadora | Autofinanciado |
| Ubicación geográfica donde se desarrolló la investigación | Institución Pública Distrito: Distrito: San Isidro Dirección: Calle Uno Oeste N°060 -San Isidro, Lima - Perú. Lugar: Ministerio de la producción |
| Año o rango de años en que se realizó la investigación | Abarcó desde 2017- 2019 |
| Disciplinas OCDE | Psicología http://purl.org/pe-repo/ocde/ford#5.01.02 |

Nota: tomar en cuenta la forma de llenado según las precisiones señaladas en la web (las tablas OCDE están incluidas).
https://sisbib.unmsm.edu.pe/archivos/documentos/recepcion_investigacion/Hoja%20de%20metadatos%20complementarios_30junio.pdf



UNIVERSIDAD NACIONAL MAYOR DE SAN MARCOS

(Universidad del Perú, DÉCANA DE AMÉRICA)

FACULTAD DE PSICOLOGÍA

Av. Germán Amezaga n.º 375-Ciudad Universitaria-Teléfono: 6197000-3208

ACTA DE SESIÓN DE GRADO ACADÉMICO DE MAGÍSTER EN PSICOLOGÍA

Siendo las 10:00 horas del día martes 10 de marzo de 2020, en el Auditorio "Raúl González Moreyra" de la Facultad de Psicología de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos (Ciudad Universitaria, Av. Germán Amezaga n.º 375 Lima), el Jurado Examinador de Tesis presidido por la Dra. María Atalaya Pisco e integrado por:

| | |
|-------------------------------|--------------|
| Dra. María Atalaya Pisco | (Presidente) |
| Dra. Mildred Paredes Tarazona | (Asesora) |
| Mg. Karen Llacho Inca | (Miembro) |
| Mg. Vladimir Navarro Vargas | (Informante) |
| Mg. Héctor Hernández Valz | (Informante) |

Se reunió para la sustentación pública para optar el Grado Académico de Magíster en Psicología con mención en Psicología Organizacional Bachiller **SUSEYLA ROXANA SARMIENTO PRIETO** quien procedió a la exposición de la Tesis titulada ***Clima organizacional y la percepción de la calidad de servicio del cliente interno en una institución pública, Lima-Perú*** con el fin de optar el Grado Académico de **MAGÍSTER EN PSICOLOGÍA** con mención en Psicología Organizacional.

Concluida la exposición, se procedió a la calificación correspondiente, de acuerdo con la Escala de Calificación que aparece en el artículo 8.º del Reglamento para el otorgamiento del Grado Académico de Magíster, obteniendo la siguiente calificación.

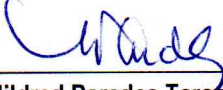
DIECISIETE (17) MUY BUENO

A continuación el Presidente del Jurado Examinador recomienda que la Facultad de Psicología acuerde otorgar el Grado Académico de:


MAGISTER EN PSICOLOGIA CON MENCIÓN EN PSICOLOGIA ORGANIZACIONAL

Se extiende la presente ACTA a las 11:45 del 10 de marzo de 2020.


Dra. María Atalaya Pisco
Presidente


Dra. Mildred Paredes Tarazona
Asesora


Mg. Karen Llacho Inca
Miembro


Mg. Vladimir Navarro Vargas
Informante


Mg. Héctor Hernández Valz
Informante

*Este trabajo está dedicado a Fido, mi fiel amigo y
motor para lograr mis objetivos.*

Agradecimiento:

A mi asesora la Dra. Mildred Paredes por brindarme el apoyo y dirección en cada etapa de la elaboración de la tesis.

A mi familia por su comprensión y apoyo.

A mis amigos, compañeros, colegas, profesores universitarios por sus palabras de aliento en cada etapa de este proceso.

RESUMEN

Investigación no experimental de diseño predictivo transversal en una institución pública con sede en la ciudad de Lima - Perú, ante las controversias y focalización del interés académico en la percepción del usuario interno, así como, en la imagen institucional pública por el servicio que brinda al usuario externo de repercusión en el clima organizacional; se considera necesario estudiar dichas variables asociadas que permitan dentro de las limitaciones, describir la predicción del clima organizacional en la percepción de la calidad de servicio del usuario interno en una institución pública. Data recolectada de una muestra de 310 colaboradores con consentimiento informado, representativa al 0.05 de margen de error y 0.95 de nivel de confianza, con instrumentos válidos y confiables de característica de escala Likert; para explicar la predicción se utilizó la regresión lineal. Los resultados confirman la hipótesis de manera directa y positiva ($R^2_{\text{Corregida}} = .687$), afirmando que el clima organizacional predice la percepción de la calidad de servicio del cliente interno; especialmente por sus dimensiones de cohesión, confianza e innovación y las dimensiones que tienen menos incidencia son reconocimiento y equidad.

Palabras claves: Percepción de la calidad de servicio, usuario interno, clima organizacional.

ABSTRACT

Research non-experimental of cross-sectional predictive design in a public institution based in the city of Lima - Peru, in the face of controversies and focus on academic interest in the perception of the internal user, as well as in the public institutional image for the service provided to the external user of impact on the organizational climate; it is considered necessary to study these associated variables that allow within the limitations, describe the prediction of the organizational climate in the perception of the quality of service of the internal user in a public institution. Data collected from a sample of 310 employees with informed consent, representative at 0.05 of margin of error and 0.95 level of confidence, with valid and reliable instruments of Likert scale characteristics; to explain the prediction, linear regression was used. The results confirm the hypothesis directly and positively ($R^2_{\text{Corrected}} = .687$), stating that the organizational climate predicts the perception of the quality of service of the internal customer; especially for its dimensions of cohesion, trust and innovation and the dimensions that have less impact are recognition and equity.

Keywords: Perception of the quality of service, internal user, organizational climate.

INDICE DE CONTENIDO

| | |
|--|----|
| INTRODUCCIÓN | 1 |
| CAPITULO I: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA..... | 3 |
| 1.1 Situación Problemática | 3 |
| 1.2 Formulación del Problema | 8 |
| 1.2.1 Problema General | 8 |
| 1.2.2 Problemas Específicos | 8 |
| 1.3 Justificación de la investigación | 9 |
| 1.4 Objetivos | 10 |
| 1.4.1 Objetivo General..... | 10 |
| 1.4.2 Objetivos Específicos | 10 |
| CAPITULO II: MARCO TEÓRICO..... | 12 |
| 2.1 Marco filosófico o epistemológico de la investigación..... | 12 |
| 2.2 Antecedentes de la investigación | 13 |
| 2.2.1 Antecedentes Nacionales | 14 |
| 2.2.2 Antecedentes Internacionales..... | 16 |
| 2.3 Bases teóricas | 20 |
| 2.3.1 Clima Organizacional..... | 20 |
| 2.3.2 Percepción de la calidad de servicio del usuario interno | 29 |
| 2.4 Hipótesis | 37 |

| | | |
|--|--|----|
| 2.4.1 | Hipótesis general | 37 |
| 2.4.2 | Hipótesis específicas: | 37 |
| CAPITULO III: MÉTODO..... | | 39 |
| 3.1 | Tipo, Método y Diseño de Investigación..... | 39 |
| 3.2 | Población y Muestra..... | 39 |
| 3.3 | Identificación de Variables. | 40 |
| 3.4 | Operacionalización de Variables | 41 |
| 3.5 | Técnicas e Instrumentos | 45 |
| 3.5.1 | Clima organizacional..... | 45 |
| 3.5.2 | Percepción de la calidad de servicio del usuario interno. | 47 |
| 3.6 | Procedimiento para la recolección de datos | 49 |
| 3.7 | Técnicas del procesamiento y análisis de datos..... | 50 |
| CAPÍTULO IV: RESULTADOS Y DISCUSIÓN..... | | 51 |
| 4.1 | Análisis descriptivos..... | 51 |
| 4.1.1 | Clima organizacional | 51 |
| 4.1.2 | Percepción de la calidad de servicio del usuario interno | 54 |
| 4.2 | Análisis Correlacional..... | 57 |
| 4.3 | Análisis de Regresión | 59 |
| 4.3.1 | El Clima organizacional y la percepción de la calidad de servicio del usuario interno. | 59 |
| 4.3.2 | El Clima organizacional y el factor cooperación entre usuarios internos. | 61 |

| | |
|--|----|
| 4.3.3 El Clima organizacional y el factor liderazgo de gestión | 63 |
| 4.3.4 El Clima organizacional y el factor responsabilidad social institucional..... | 64 |
| 4.3.5 El Clima organizacional y el factor valoración de su labor | 65 |
| DISCUSIÓN | 69 |
| CONCLUSIONES | 75 |
| RECOMENDACIONES | 77 |
| REFERENCIAS | 78 |
| ANEXOS..... | 87 |

LISTA DE TABLAS

| | |
|--|----|
| <i>Tabla 1</i> Distribución de la población..... | 40 |
| <i>Tabla 2</i> Distribución de la muestra | 40 |
| Tabla 3 Operacionalización de variables..... | 44 |
| Tabla 4 Confiabilidad de las dimensiones de clima organizacional | 46 |
| <i>Tabla 5</i> Validez de constructo inter test, subtest y test total | 47 |
| <i>Tabla 6</i> Confiabilidad de la escala de percepción de la calidad del servicio del usuario interno | 48 |
| <i>Tabla 7</i> Validez de constructo de la escala de percepción de calidad de servicio del usuario interno | 49 |
| <i>Tabla 8</i> Descriptivos del clima organizacional en la muestra estudiada | 52 |
| <i>Tabla 9</i> Distribución porcentual del clima organizacional por dimensiones y total según la categoría escalar en la que se ubica la muestra estudiada..... | 53 |
| Tabla 10 Descriptivos de los factores de la percepción de calidad del servicio del usuario interno | 55 |
| <i>Tabla 11</i> Distribución porcentual por categorías de cada factor y general de la percepción de calidad del servicio del cliente interno | 56 |
| <i>Tabla 12</i> Matriz de correlaciones entre las dimensiones del clima organizacional como de la percepción de la calidad de servicio del usuario interno | 58 |
| <i>Tabla 13</i> Resumen de correlación múltiple entre clima organizacional y percepción de la calidad de servicio del cliente interno..... | 60 |
| <i>Tabla 14</i> Análisis de variable del valor R de clima organización y percepción de calidad de servicio del usuario interno. | 60 |

| | |
|--|----|
| <i>Tabla 15</i> Coeficiente y nivel de significación de las dimensiones de clima organizacional como predictora de la percepción de la calidad de servicio del usuario interno. | 61 |
| <i>Tabla 16</i> Coeficientes y niveles de significación de cada dimensión de clima organizacional como predictora del factor cooperación entre usuarios internos | 62 |
| <i>Tabla 17</i> Coeficiente y nivel de significación de cada dimensión de clima organizacional como predictora del factor liderazgo de gestión | 64 |
| <i>Tabla 18</i> Coeficiente y nivel de significación de cada dimensión de clima organizacional como predictora del factor responsabilidad social institucional | 65 |
| <i>Tabla 19</i> Coeficiente y nivel de significación de cada dimensión de clima organizacional como predictora del factor valoración de su labor | 66 |
| <i>Tabla 20</i> Resumen de Coeficientes estandarizados Beta de los coeficientes de regresión..... | 67 |

LISTA DE FIGURAS

| | |
|--|----|
| Figura 1 Distribución de promedios por dimensiones del clima organizacional | 52 |
| Figura 2 Distribución porcentual según categorías de las dimensiones y total de clima organizacional..... | 54 |
| Figura 3 Valores promedio de los factores y total de la percepción de calidad de servicio del usuario interno..... | 55 |
| Figura 4 Distribución porcentual según categorías de los factores y total de la percepción de la calidad de servicio del cliente interno | 57 |

INTRODUCCIÓN

La investigación se llevó a cabo en una institución del Poder Ejecutivo del Estado, en una muestra probabilística, con el objetivo de evidenciar la incidencia del clima organizacional en la percepción de la calidad de servicio del usuario interno, que a su vez refleja un impacto en la satisfacción del cliente interno y externo.

En contextos actuales, los gestores del talento humano buscan estrategias a fin de mantener o mejorar el clima organizacional en la institución, el que permite brindar calidad de servicio entre usuarios internos, desarrollando espacios donde los trabajadores perciban un ambiente agradable, lleno de retos, logros, satisfacción e innovación, condiciones demostradas que posibilitan fortalecer el comportamiento orientado a mejorar el servicio del cliente (Schneider, White y Paul, 1998).

Las instituciones públicas por su parte, a través de sus oficinas de recursos humanos, están propiciando gestionar el talento humano fortaleciendo e implementando las Normas para la Gestión del Sistema Administrativo, buscando la mejor manera de dirigir el comportamiento de los trabajadores hacia la creación de valor y desarrollo, mantenimiento y consolidación de ventajas competitivas dadas por el liderazgo estratégico que plantea la institución (Hill, Jones y Schilling, 2015).

En esta perspectiva, la presente investigación se desarrolló por capítulos. En el capítulo I, se describe la situación problemática, se formula los problemas, tanto general como específicos, se describe la justificación e importancia del estudio, se plantean los objetivos, tanto general como específicos.

En el capítulo II, corresponde al marco teórico, se inicia con el enfoque filosófico del estudio, luego se presentan los estudios más recientes asociados al tema de investigación, se realiza un recuento histórico de las teorías, modelos y enfoques de las variables estudiadas. Luego se desarrolla las teorías que dan soporte y sustento a nuestras hipótesis de estudio, y se plantea la hipótesis general como específicas.

En el capítulo III, se enfatiza en la metodología, ubicamos el tipo de estudio, se aborda el diseño y se describe el método. Luego se presenta la población y muestra, la identificación de variables, operacionalización de variables. Se presenta las técnicas instrumentos de recolección de datos y se menciona el procedimiento.

En el Capítulo IV, se presentan los resultados, el análisis e interpretación seguido por la discusión de los mismos. Se termina la tesis con las conclusiones, recomendaciones, referencias bibliográficas y anexos.

CAPITULO I: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1 Situación Problemática

El estado peruano mediante el poder ejecutivo juega un rol importante por su competencia y responsabilidad en cumplir las normas y políticas que garanticen la estabilidad económica, la seguridad nacional, para el bienestar y paz social frente a constantes cambios y retos nacionales e internacionales que la sociedad peruana vive, en ese contexto, las instituciones públicas se enmarcan a diseñar su marco legal institucional, y ejecutar según su planeamiento estratégico de su sector económico, fundamentalmente encaminado al desarrollo económico del país con salud.

En ese sentido, los procesos de gestión de las actividades de servicio son planteados en acciones normadas, realizadas por los trabajadores, a quienes se les identifica como usuarios internos tipificados como servidor civil (Ley N° 30057, Ley del Servicio Civil, 2013), quienes históricamente en sistemas burocráticos como los públicos, vienen postergados en la gestión de los recursos

humanos por una visión humana, soslayando la gestión del talento humano en cultura organizacional de calidad.

Con la creación de la Ley N° 30057, Ley del Servicio Civil, se busca que las entidades públicas tengan la responsabilidad como norma el desarrollo de los trabajadores y proporcionen un servicio de calidad al usuario expresado en conductas tipificadas de un mejor “Servicio Civil” (Ley N° 30057, Ley del Servicio Civil, 2013, art.2).

Como lo señala la Ley 30057, para la implementación de la gestión del talento humano en las instituciones públicas, se requiere de un cambio cognitivo - cultural de los agentes que lideran la aplicación de las políticas para una gestión de mejora continua, fuente de la generación del clima organizacional saludable; contexto psicosocial que refuerza la motivación, la satisfacción y el compromiso del usuario interno.

El mandato de la Autoridad Nacional de Servicio Civil – SERVIR, conocedora de esta realidad y necesidad aprueba las normas para la Gestión del Sistema Administrativo de Gestión de Recursos Humanos en las entidades públicas, con el objetivo de establecer los lineamientos que debe seguir la Gestión del Sistema Administrativo de Recursos Humanos en las instituciones públicas (Resolución de Presidencia Ejecutiva N° 238, 2014)

Los lineamientos de SERVIR constan de 7 subsistemas, uno de ellos está enfocado en la Gestión de las Relaciones Humanas y Sociales, que a su vez

consta de 5 procesos, encontrándose entre estos el proceso de clima y cultura organizacional (Resolución de Presidencia Ejecutiva N° 150, 2017). Es así, que el estudio del clima y cultura organizacional en las instituciones públicas está tomando posesión e interés por las áreas de recursos humanos, a fin de promover un ambiente de trabajo acogedor que contribuya a incrementar la motivación y compromiso de los usuarios internos e impactar positivamente en los resultados de la institución y dando paso a una calidad de vida laboral.

El clima organizacional se plantea como un fenómeno multidimensional de percepciones de los empleados acerca de sus experiencias dentro de una organización (Koys y DeCotiis, 1991), estas percepciones parten de las categorías aprendidas en la cultura organizacional y estarían influenciadas por las características personales tales como: la personalidad, la expectativa y necesidades del trabajador y, las características organizacionales (De Diego, De la Fuente y Boada, 2007).

Dada la importancia del clima organizacional, la literatura nos señala que la mejora del clima organizacional propicia condiciones para aumentar la motivación, satisfacción, reduce los niveles estrés e incrementa la productividad de los trabajadores (Chiang, Salazar, Huerta y Nuñez, 2008), asimismo, influye en la predisposición que tienen los usuarios internos, también llamados clientes internos, en brindar un servicio de calidad, en la que su comportamiento este directamente vinculado a lograr la satisfacción del cliente externo (Schneider, White y Paul, 1998).

Se observa en la actualidad que la mayor preponderancia de estudios, aún persiste focalizar su conocimiento en la satisfacción del cliente externo, porque culturalmente se popularizó la expresión de que *el cliente siempre tiene la razón*; de ahí que, “el cliente cobró mayor relevancia para las organizaciones y se comenzó a medir su satisfacción y a tomar acciones para mejorarla; sin embargo, el mayor énfasis de estos esfuerzos se otorgó al cliente externo, siendo el cliente interno ignorado” (Balmori y Flores, 2014, p. 192), que desde la perspectiva económica se viene sosteniendo que el trabajador es considerado como fuerza de trabajo, que se valora como un factor de producción, asimismo, no se le atribuye el valor al proveedor de servicio entre usuarios internos con impacto en logro del objetivo.

Sin desmerecer la importancia de las direcciones, se puntualiza que, en la gestión de los procesos, aún no han enfatizado la importancia del usuario interno como tal, como aquel que es proveedor de insumos sus demás compañeros de trabajo y que sus acciones como proveedor tiene consecuencias no solo en el logro de los objetivos, sino en la satisfacción de sus compañeros de trabajo o usuarios internos (Sarmiento y Paredes, 2019).

Cabe indicar, que en el centro de trabajo hay una interacción constante entre usuarios internos al realizar sus tareas o actividades, observándose comportamientos individuales y grupales que se ha constituido como parte de la cultura organizacional (Sarmiento y Paredes, 2019), siendo estos positivos o negativos para el clima organizacional, donde empresas que fomenten un entorno fortalecido en clima de servicio, el que genera comportamientos para

brindar un excelente servicio a los clientes (Schneider, White y Paul, 1998) como a la salud en la institución.

Entre los factores que tipifican una cultura saludable, es necesario tener en consideración los constantes cambios del comportamiento de los usuarios internos, debido a que presenta una fuerte relación con la fuerza del clima de servicio que tiene consecuencias directas con las experiencias de los clientes (Schneider y Nicole, 2002), esta variabilidad está explicada por las teorías de la naturaleza y comportamiento humano, que Argyris (1973) plantea como responsabilidad de la gestión de lograr una personalidad madura y soslayar en la institución burocrática las personalidades inmaduras.

El usuario interno como competente para la producción del servicio es fundamental igualmente sentirse motivado, satisfecho, identificado y comprometido con la institución, a propósito de manifestar un desempeño óptimo potencial (Sarmiento y Paredes, 2019), factores externos a la naturaleza intrínseca del trabajo de ahí que es propicio conocer la percepción que tienen los usuarios internos sobre la calidad de servicio, mediante los factores que las describen como variable: “la cooperación entre usuarios internos, el liderazgo de la gestión, la responsabilidad social institucional y la valoración de su labor” (Sarmiento y Paredes, 2019, p. 95). La variable clima organizacional se describe de diversos modelos, que, para el estudio, el clima organizacional se basa en el modelo multidimensional de Koys y DeCottis que formula las dimensiones: autonomía, confianza, cohesión, apoyo, equidad, reconocimiento e innovación (Koys y DeCottis, 1991); ya que ellos centralizan la interrelación del supervisor

o jefe con el trabajador, en razón a que dichas dimensiones descritas en el modelo consideran la experiencia organizacional, o de igual manera estas dimensiones están descritas por conductas como producto de la gestión del liderazgo de la dirección o gerencia que incide como factores intrínsecos de la motivación con repercusión directa en la satisfacción (Herzberg, 1974), asimismo, los resultados analíticos de las escalas que instrumentan al modelo, poseen una adecuada fiabilidad y consistencia interna, garantizando la aplicabilidad del modelo.

En tal sentido, es importante saber si hay relación entre ambas variables y evidenciar la predicción del clima organizacional en la percepción de la calidad de servicio del usuario interno, en razón, que por las referencias teóricas el clima organizacional medido por las dimensiones señaladas están vinculados a la satisfacción variable muy compleja y de importancia para el colaborador interno; aun cuando no medimos la satisfacción, si lo haremos con la percepción que se tienen entre ellos con relación a la calidad de servicio, de ahí que.

1.2 Formulación del Problema

1.2.1 Problema General

¿El clima organizacional es predictor de la percepción de la calidad de servicio del usuario interno en una institución pública, Lima- Perú?

1.2.2 Problemas Específicos

¿El clima organizacional es predictor del factor cooperación entre usuarios internos de la variable percepción de la calidad de servicio del usuario interno en una institución pública, Lima- Perú?

¿El clima organizacional es predictor del factor liderazgo de gestión de la variable percepción de la calidad de servicio del usuario interno en una institución pública, Lima- Perú?

¿El clima organizacional es predictor del factor responsabilidad social institucional de la variable percepción de la calidad de servicio del usuario interno en una institución pública, Lima- Perú?

¿El clima organizacional es predictor del factor valoración de su labor de la variable percepción de la calidad de servicio del usuario interno en una institución pública, Lima- Perú?

1.3 Justificación de la investigación

El tema de investigación es importante porque permite evidenciar la predicción del clima organizacional en la percepción de la calidad de servicio del usuario interno en una institución pública, Lima- Perú. Si bien hay investigaciones de clima organizacional que demuestran que un bajo clima refleja insatisfacción del trabajador, bajo desempeño laboral, aumento del estrés, etc. (De Diego, De la Fuente y Boada, 2007; Furnham, 2001), es necesario conocer como esta variable y sus dimensiones estarían afectando o influenciando en el comportamiento del usuario interno frente a su percepción sobre la calidad de servicio entre compañeros de trabajo, y como se proyecta en el servicio que recibe el cliente final.

La investigación tiene un sentido teórico-científico por que los resultados contribuirán al desarrollo de la ciencia y, sirve de base para abrir nuevas investigaciones respecto a este tema. Se busca propiciar la mejora en el clima organizacional con miras a que los usuarios internos ofrezcan servicios basados en calidad a fin de lograr la satisfacción del cliente externo “los ciudadanos”.

1.4 Objetivos

1.4.1 Objetivo General

Determinar la función predictiva del clima organizacional en la percepción de la calidad de servicio del usuario interno en una institución pública, Lima-Perú.

1.4.2 Objetivos Específicos

Determinar la función predictiva del clima organizacional en el factor cooperación entre usuarios internos de la variable percepción de la calidad de servicio del usuario interno en una institución pública, Lima- Perú.

Determinar la función predictiva del clima organizacional en el factor liderazgo de gestión de la variable percepción de la calidad de servicio del usuario interno en una institución pública, Lima- Perú.

Determinar la función predictiva del clima organizacional en el factor responsabilidad social institucional de la variable percepción de la calidad de servicio del usuario interno en una institución pública, Lima- Perú.

Determinar la función predictiva del clima organizacional en el factor valoración de su labor de la variable percepción de la calidad de servicio del usuario interno en una institución pública, Lima- Perú.

CAPITULO II: MARCO TEÓRICO

2.1 Marco filosófico o epistemológico de la investigación

La presente investigación se enmarca en sus bases epistemológicas de la psicología para analizar los procesos cognitivos tanto de la percepción como de la actitud. Procesos cognitivos adquiridos en contextos sociolaborales contruidos con la finalidad de responder las necesidades o requerimientos de la sociedad, como es la institución pública, cualificando a dichos procesos de manera peculiar. Que de manera expreso se centra en la perspectiva positivista, abocada en valorar con sentido ético la naturaleza humana.

Desde la perspectiva psicológica, se toman las bases uno de la psicología cognitiva, por efectuarse el estudio de la percepción como objeto investigado, invocando a los significados pertinentes contruidos por el individuo a través de su experiencia con el objeto de investigación.

Por otro lado, se resalta la importancia de la interacción entre el individuo y su entorno sobre los aspectos afectivos adscritos a los significados denotativos que utiliza para describir y adaptarse dentro de dicho entorno.

Metodológicamente se hace un abordaje de tipo hipoteticodeductivo, dado que existen las técnicas de medición en el nivel escalar para las variables investigadas; su tratamiento y análisis estadístico de la data, y las conclusiones se enmarcan en los principios deontológicos de la ciencia psicológica.

2.2 Antecedentes de la investigación

Para la presente investigación, con el objetivo de conocer estudios realizados sobre los temas planteados en el país, se ha visitado bibliotecas, centros de investigación de universidades, entidades especializadas, internet, entre otros, llegando a la conclusión que en nuestro medio no se ha encontrado ninguna investigación que relacione ambas variables del presente estudio, pero si se han encontrado investigaciones abordando las variables de manera independiente.

A continuación, resumimos algunas investigaciones nacionales e internacionales pertinentes al objeto de nuestra investigación.

2.2.1 Antecedentes Nacionales

Clima organizacional

Príncipe (2018), en su investigación sobre el clima organizacional y el desempeño laboral del personal. La muestra quedo conformada por 139 colaboradores de empresas metal mecánica en Lima Norte: CIM (91), UGC (22) y FAMECT (26). Los resultados demuestran que existe relación entre el clima organizacional y el desempeño laboral, así como todas las dimensiones del clima organizacional: liderazgo, relaciones interpersonales, toma de decisión, cooperación, motivación y control se relacionan significativa y positivamente con la variable desempeño laboral.

Orbegoso (2012), en su investigación sobre el clima organizacional y la motivación intrínseca en colaboradores de cuatro empresas de diferente rubro de la Región de la Libertad, la muestra quedo conformada por 521 trabajadores de ambos sexos y con edades que fluctúan entre 20 y 50 años. Los resultados demuestran una correlación moderada ($r = .44$) entre ambas variables. Se encontró diferencias de clima organizacional por el tiempo de servicio, siendo los menos antiguos los que captan mejor ambiente en sus empresas, no se evidencio diferencias de clima según el sexo ni edad.

Atalaya (2014), en su investigación sobre el clima laboral y el síndrome de burnout. La población quedo conformada por 110 trabajadores de ambos sexos de una empresa agente de aduanas. Los resultados evidencian que existe relación significativa inversa y media entre clima laboral y cansancio emocional y, diferencias negativa-moderada con la dimensión de despersonalización,

siendo positiva - moderada con realización personal. Clima y cansancio emocional se relaciona negativamente según el tiempo de servicio, los trabajadores con menos de un año (nivel moderado) de uno de tres años (nivel medio) y cuatro a seis años nivel alto, los mismos se relacionan de manera negativa en los grupos de edades, es decir los más jóvenes sienten menos cansancio emocional.

Pelaes (2010), encontró relación entre el clima organizacional y la satisfacción del cliente. La muestra quedo conformada por 200 trabajadores de la empresa Telefónica del Perú. Los resultados evidenciaron que hay relación entre ambas variables estudiadas, con una mayor relación en las dimensiones de estilo de dirección, relaciones interpersonales y estabilidad laboral, que vienen a ser dimensiones del clima organizacional.

Calidad de Servicio

Vega (2017), en su investigación sobre la calidad de servicio y la satisfacción del usuario interno. La muestra estuvo conformada por 32 trabajadores. Los resultados demuestran que existe una relación entre ambas variables estudiadas, y que a mayor interacción entre compañeros de trabajo y buena relación con el jefe mejorará la calidad de servicio prestado.

Redhead (2015), en su investigación evidenció que existe relación directa y significativa entre la calidad de servicio y la satisfacción del usuario, en una

muestra de 317 clientes externos del Centro de Salud Miguel Grau de Chaclacayo.

Rojas (2017), realizó una investigación a fin de determinar la influencia de la calidad de servicio en la satisfacción de los usuarios de la Municipalidad Distrital de Pueblo Nuevo, provincia de Chíncha. La población quedó conformada por 138 pobladores del distrito. Los resultados concluyeron que existe una relación positiva entre la calidad de servicio y la satisfacción de los usuarios de la municipalidad.

2.2.2 Antecedentes Internacionales

Clima Organizacional

Como resultado del estudio sobre el clima laboral en Latinoamérica 2013-2014, los países como mejor clima laboral para el año 2014 fueron: República Dominicana (83,4%), Colombia (80,1%) y Ecuador (82,2%), y los países con menor puntuación son: Perú (68,02%), Uruguay (70,4 %) y Chile (71,88%); realizado a 13 países de América Latina en los años 2013 y 2014, considerando empresas con más de 25 empleados (Ascendo, s.f.)

Chiang, Salazar, Huerta y Núñez (2008), en su investigación sobre el clima organizacional y la satisfacción laboral en organizaciones del sector estatal, desarrollaron la adaptación y validación de instrumentos. La muestra quedó conformada por 547 trabajadores. Los instrumentos utilizados: para satisfacción laboral se desarrolló un instrumento con base a los cuestionarios de S21/26 de Meliá, Pradilla, Martí, Sancemi, Oliver y Tomas (1990) y el S4/82 de

Meliá, Peiró y Calatayud (1986) y para clima organizacional adaptó el instrumento propuesto por Koys y Decottis (1991). Los resultados demostraron que la edad no presenta relación con las dimensiones de clima organizacional, pero si hay una relación negativa entre antigüedad con la dimensión Equidad (clima), donde los trabajadores con mayores años de trabajo en la empresa están más descontentos con un trato igualitario entre compañeros de trabajo.

Chiang, Salazar y Nuñez, (2007), en la investigación sobre clima organizacional y satisfacción laboral en un establecimiento de salud estatal: Hospital tipo 1. La muestra quedo conformada por 327 trabajadores. Se utilizó instrumentos válidos y confiables 0,925 en satisfacción laboral y 0,969 clima organizacional. Se observa en los resultados que el clima organizacional y la edad presentan una correlación estadísticamente significativa, mientras que no se encuentra correlación entre ninguna dimensión del clima organizacional y los años de servicio de los trabajadores. Asimismo, se encontró relación significativa entre las dimensiones de clima organizacional con algunas dimensiones de satisfacción laboral, tales como: satisfacción con la relación con los superiores, satisfacción con la participación en las decisiones y satisfacción con su trabajo en general.

Bartels, Pruyn, De Jong y Joustra (2007), en su investigación sobre la influencia del clima de comunicación y el prestigio externo percibido en la identificación organizacional en varios niveles organizacionales de una organización policial regional. La muestra estuvo conformada por 314 encuestados. Los resultados de este estudio muestran que el clima de

comunicación tiene el vínculo más fuerte con la identificación de los empleados cuando se trata de la identificación con el grupo de trabajo diario y uno más débil con la organización como un todo, asimismo, el prestigio externo percibido tiene una influencia más fuerte en la identificación con la organización como un todo que en la identificación en los niveles organizacionales más concretos.

Riordan, Vandenberg y Richardson (2005), en su investigación sobre la relación entre la percepción del empleado en su participación en el clima y la efectividad organizacional. La muestra quedó conformada por 92 compañías de seguros en Estados Unidos y Canadá, siendo un total de 4828 encuestados. Los resultados indican que las organizaciones con altos niveles de percepción de clima conducen a la efectividad organizacional, medida a través del desempeño financiero, la tasa de rotación y la moral de la fuerza de trabajo.

McMurray, Scott y Pace (2004), realizó una investigación sobre la relación entre el compromiso organizacional y clima organizacional. La muestra fue elegida de tres grandes fabricantes de componentes automotrices australianos, siendo un total de 1413 empleados. Los resultados muestran una correlación significativa (.66) entre compromiso y clima organizacional.

Schneider, White y Paul (1998) en su investigación sobre clima de servicio y la percepción del cliente sobre la calidad de servicio: Test de un modelo causal. La muestra quedó conformada por 134 sucursales de un banco y analizados a través de modelos de ecuaciones estructurales. Los resultados indicaron que existe relación entre las variables estudiadas.

Calidad de Servicio

Balmori y Benito (2014), hacen referencia que el cliente externo viene siendo investigado desde los años 80, mientras que el cliente interno ha sido desatendido, a pesar que tenga efecto en la satisfacción del cliente externo final. Este estudio propone un modelo para conceptualizar el fenómeno del servicio interno y una metodología para evaluar la calidad del servicio interno.

Simancas (2012), en su investigación sobre el cliente interno y la calidad de servicio en las organizaciones productivas, afirma que el adiestramiento al trabajador ayuda aumentar el compromiso a realizar sus funciones con miras a brindar un buen servicio, para ello se deben implementar programas de formación profesional, adiestramiento, habilidades blandas y otros. Por tanto, las empresas deberían invertir en dotar de medios y capacitaciones a sus trabajadores sobre temas de calidad de servicio.

Dean (2004), en su investigación encontró relación entre las características de la organización y las actitudes de los empleados, esta última está relacionada con la calidad de servicio y la satisfacción del cliente, así como también con la lealtad del cliente que mejoran los resultados financieros.

2.3 Bases teóricas

Teniendo en consideración las variables de la presente investigación, las bases teóricas estarán referidas al clima organizacional, así como a la variable percepción de la calidad de servicio del usuario interno.

2.3.1 Clima Organizacional

2.3.1.1 Definición del concepto de clima organizacional

Los estudios del clima organizacional años atrás años han estado poniendo énfasis en funcionamiento interno de las empresas, como son sus políticas, prácticas y procedimientos, y como estos impactan en las experiencias que tienen los usuarios internos en la institución, observando como experimentan las iniciativas estratégicas de la gestión (servicio, innovación, seguridad) y procesos internos (equidad, ética, inclusión) (Ehrhart, Schneider y Macey, 2013).

A finales de la década de 1960 empezó a estudiarse con mayor arraigo las definiciones de clima organizacional (Furnham, 2001), al paso de los años diversos autores daban acercamientos del concepto que un primer inicio surge como preocupación por comprender la influencia del comportamiento en la organización (Ehrhart , Schneider y Macey, 2013), por lo antes mencionado, Schneider, Ehrhart y Macey (2013), proponen al clima organizacional como una fuerza conceptual integral e integradora dentro de la psicología organizacional.

Para Koys y DeCottis (1991) el constructo de clima organizacional está referido a las percepciones colectivas de los trabajadores vivenciadas en

experiencias y conocimientos dentro de una organización con respecto a las dimensiones de autonomía, la confianza, la cohesión, el apoyo, presión, el reconocimiento, la innovación y la equidad, por otro lado, estas percepciones estarían relacionadas con la calidez, confianza y dinamismo, ambigüedad y otras que se cargan de manera afectiva (James, 1982) en los trabajadores dentro de la organización.

Por su parte Brunet (2009) plantea la existencia de una perceptiva de atributos que pueden ser: individuales y organizacionales, siendo los primeros, los que definen al clima organizacional como los valores, actitudes u opiniones personales de los empleados, en el que el trabajador percibe al clima según las necesidades que la empresa puede satisfacer, mientras que los atributos organizacionales definen el clima como una serie de características que se pueden inferir de la estructura de la organización y sus unidades.

Ehrhart , Schneider y Macey (2013), lo definen como el significado compartido que las personas atribuyen a las interrelacionadas experiencias que tienen en el trabajo, estas percepciones colectivas que el trabajador tiene respecto a las variables de la organización y a los procesos humanos (Hernández, Méndez y Contreras, 2014), variables ambientales internas de la organización que afectan el comportamiento de los trabajadores (Rodríguez, 2005), provocando un impacto positivo o negativo en la satisfacción y desempeño laboral de los trabajadores dentro de la organización (Furnham, 2001; Príncipe, 2018), así como la calidad y la innovación en el trabajo está

relacionado con el clima de la excelencia que pueda propiciar mejoras en la organización (Michela y Burke, 2000).

Estas variables de la organización interactúan con la personalidad del trabajador produciendo percepciones que permitan analizar la relación entre las características propias de la empresa y el rendimiento que esta obtiene de sus empleados (Brunet, 2009), las que tienen incidencia en la satisfacción del cliente, y esta última se encuentra relacionada con el rendimiento financiero de las empresas (Mayer, Ehrhart y Schneider, 2009).

Asimismo, desde la perspectiva fenomenológica se define al clima organizacional como una estructura perceptual y cognitiva de la situación organizacional común a los trabajadores, en la que el trabajador interpreta los acontecimientos para hacerlos comprensibles y crea un mapa cognitivo que le ayuda a situar o localizar lo que ve y oye, dotándole de significado; por tanto, el clima vendría a hacer las apreciaciones comunes que tienen los trabajadores (Ekvall, 2003).

Podemos concluir que las apreciaciones que tienen los trabajadores tanto de su experiencia como del sistema organizacional, conllevan a un proceso de evaluación y valoración del clima organizacional que presenta la empresa (Rodríguez, 2005), y que tiene un impacto positivo o negativo en el desempeño y satisfacción del trabajador (Furnham, 2008), así como en la formación de la percepción de la calidad de servicio que brinda a su usuario interno (Sarmiento y Paredes, 2019), es por ello, que la estrategia que emplea la empresa a fin de

fortalecer el clima organizacional es muy importante porque se encuentra relacionado con el crecimiento económico de la empresa (Burton, Lauridsen y Obel, 2004).

2.3.1.2 Dimensiones del clima organizacional

Las dimensiones que precisan el clima organizacional son copiosa y compleja, como se ha precisado que el presente estudio se basa en el modelo multidimensional de Koys y Decottis, es importante a modo de orientación y precisión presentar los siguientes rasgos sistematizado Mullins en 1989, quien plantea entre otros rasgos, la estructura flexible, estilo de liderazgo, confianza, apoyo, reconocimiento, puestos desafiantes, justicia en el trato, políticas y prácticas, desarrollo personal y profesional, sentimiento de identidad y lealtad (Furnham, 2001)

De este conjunto de rasgos para el fortalecimiento de un clima sano, se observa que se compendia en el modelo de Koys y DeCotiis (1991), en ocho dimensiones: la autonomía, la cohesión, la confianza, la presión, el apoyo, el reconocimiento, la equidad y la innovación, el que se ha reducido a 7 de las dimensiones nombrados, por los resultados de las investigaciones que precisan que la dimensión presión tiene baja fiabilidad, con similar grado de consistencia y estabilidad encontrado por los autores del modelo (Chiang M. , Salazar , Huerta y Nuñez, 2008).

- **Autonomía**

La autonomía significa estar gobernado por uno mismo y no por una autoridad (Parrat-Dayán, 2007), en el centro laboral permite a los trabajadores salir de su zona de confort para ser trabajadores proactivos que asumen riesgos y retos (Pulido-Martínez, 2010).

Las empresas deben reducir la formalización de las tareas, dándoles libertad a sus trabajadores de elegir los procedimientos y métodos que mejor se adapten a ellos (Pérez-Bustamante y Sáenz, 2010) y puedan realizar sus funciones con éxito.

- **Cohesión**

Los grupos son unidades sociales que mantienen una fuerza de vínculo social a través de la cohesión, que es un constructo que refleja la tendencia de un grupo a permanecer unido (Carron, 1982) y mientras más se fortalezca la cohesión entre los miembros se genera un sentimiento de equipo en la que sus miembros dan todo de sí por el bien común (Ruiz, 2010).

Paredes (2013), determino que existe una relación positiva y significativa entre la cohesión de equipos de trabajo y el clima laboral percibido por los empleados, concluyendo que a mayor grado de cohesión de equipos de trabajo mayor será el clima laboral, asimismo, la cohesión entre compañeros de trabajo influye en la productividad y satisfacción laboral (Pentland, 2010).

- **Confianza**

La construcción de las relaciones humanas tiene como base la confianza, y en el ámbito organizacional la confianza del superior es importante porque el trabajador acepta indicaciones frente a las acciones que no puede controlar (Omar, 2011), sino que confía en el apoyo y dirección de su líder.

Hoy en día, se exige a los trabajadores que puedan identificar nuevas oportunidades, innovar y estar en continuo aprendizaje (Möllering, Bachmann y Hee, 2004), sin embargo, sin el desarrollo de un clima de confianza generado por su superior y compañeros de trabajo, estas iniciativas estarían ocultas.

- **Apoyo**

La percepción de respaldo, acompañamiento y orientación en el trabajo por parte del jefe define el grado de apoyo que siente el trabajador en la empresa (Valencia, 2013); es decir, cuando el jefe siente preocupación por el bienestar y contribución de sus trabajadores genera una percepción positiva de apoyo, mientras que un jefe que genere descontento, resentimiento, hostilidad se crearan percepciones de falta de apoyo, desconfianza, rivalidad entre equipos que afectan el desempeño laboral y la productividad (Londoño, 2007).

- **Reconocimiento**

Una de las recompensas extramonetarias vinculadas con el desempeño laboral es el reconocimiento (Chiavenato, 2009), por ello la importancia que el trabajador sienta que se reconoce su trabajo, que de su esfuerzo depende la

suma de logros de objetivos institucionales, que es ficha clave en el proceso de producción o de brindar servicios de calidad a los usuarios internos que se verán reflejados en la satisfacción del cliente final.

- **Equidad**

Lerner y Miller (1978), afirman que los seres humanos tienen la creencia de que el mundo es justo y ello permite al individuo a comprometerse consigo mismo en la búsqueda de objetivos de largo plazo; sin embargo, cuando se percibe que en el ambiente no hay equidad se ve afectado el compromiso.

Los trabajadores dentro de su ambiente laboral hacen comparaciones sociales entre ellos respecto a dos variables: los resultados y las aportaciones; el primero hace referencia a lo que obtendrán de sus trabajos (sueldo, beneficios, prestaciones), mientras que las aportaciones es lo que ellos hacen en sus empleos (esfuerzos, habilidades, cantidad de tiempo) tornándose de esta manera evaluaciones de justicia o injusticia en el trabajo (Furnham, 2001), por ellos las organizaciones deben propiciar un clima de igualdad en el trato, reconocimiento, distribución de tareas y otros.

- **Innovación**

Las empresas e instituciones hoy en día atraviesan tiempos cambiantes que están influenciados por la globalización, la tecnología, los nuevos mercados, y otros, que las impulsa a una rápida adaptación y potenciar su capacidad de ser flexibles y creativos para mantenerse en el mercado, para ello, están impulsados en fortalecer prácticas de innovación (Ivancevich, Konopaske y Matteson, 2006),

en la que el personal se sienta protagonista y libre de generar mejoras dentro de un ambiente que impulsa la innovación.

Michela y Burke (2000), afirman que propiciar un clima de excelencia fortalecería la innovación debido a que los usuarios internos buscarían darle un valor agregado a su trabajo.

2.3.1.3 Importancia del clima organizacional

Los trabajadores en su centro de trabajo perciben de un modo determinado la realidad y esta percepción influye en el comportamiento del individuo en la organización (Fernández - Ríos y Sánchez, 1997), repercutiendo en la eficacia de la organización (De Diego, De la Fuente y Boada, 2007), un buen clima propicia la participación activa y eficientemente en el desempeño laboral de los trabajadores (Rodríguez, 2005), por tanto, la eficacia de la organización aumenta cuando se genera un clima donde el trabajador satisfaga sus necesidades y a la vez realice conductas motivadas que permitan alcanzar los objetivos de la institución (Kolb, Rubin y McIntyre, 1977).

La percepción de los usuarios internos a su entorno laboral en una direccionalidad agradable no implica necesariamente que uno se identifique fuertemente con la organización como un todo. Los factores externos como el prestigio parecen tener mayor influencia en la identificación organizacional general, mientras que los factores internos tienen influencia con el grupo de trabajo y las áreas de departamentos (Bartels, Pruyn, De Jong y Joustra, 2007).

Los trabajadores son seres humanos con emociones y sentimiento, que sin su capacidad de creatividad y trabajo es imposible que las organizaciones de la era de la información y de la gestión del conocimiento pueda funcionar óptimamente (Bordas, 2016), es por ello, la importancia de generar estrategias que fortalezcan y desarrollen el buen clima organizacional, a fin de aumentar el compromiso y la identificación de los trabajadores y disminuir el ausentismo y la alta rotación de personal (Rodríguez, 2005).

2.3.1.4 Clima organizacional y motivación

La motivación está relacionada con el desempeño y resultados del trabajo, dado que la motivación es una fuerza que permite actuar de cierta manera determinando el nivel de esfuerzo que uno le pone a su trabajo (De la Cruz, 2015).

El dinero o salario no es un factor motivador duradero para el trabajador, según la teoría de Maslow la motivación humana están en base a necesidades jerárquicas, donde las necesidades inferiores deben ser satisfechas para pasar a la siguiente necesidad, y esta una vez satisfecha ya no es motivadora de conducta (Kolb, Rubin y McIntyre, 1977), por ello Herzberg plantea la teoría bifactorial de la motivación que vienen a ser los factores de higiene y los de motivación, lo primeros hacen referencia al contexto laboral como son: la supervisión, el salario, políticas y prácticas, etc., si no están presentes generan insatisfacción, más no motivación, mientras que los factores de motivación tales como: el logro, reconcomiendo, responsabilidad y otros, ayudan a mantener las

conductas motivadas generando satisfacción laboral (Furnham, 2001; Kolb, Rubin y McIntyre, 1977).

2.3.2 Percepción de la calidad de servicio del usuario interno

2.3.2.1 Calidad de servicio del usuario interno

Hoy en día se considera al usuario interno como un aliado estratégico dentro las organizaciones en tanto no solo es un recurso como el capital, sino por el rol que cumple, empleando los procesos cognitivos, actitudinales, motivacionales, entre otros, durante las actividades, especificando funciones de soporte con eficiencia a incrementar ganancias y utilidades, posicionar la empresa como a sus productos o servicios (Domínguez, 2006), estudios que observan una relación directa entre la calidad del servicio y la satisfacción de los clientes, que discute analizando los resultados que mejora el retorno de la inversión y rentabilidad de las empresas (Zeitham, 2000); y en las organizaciones sin fines de lucro, ayuda alcanzar los objetivos estratégicos trazados por la institución, así como hacer los trabajos de manera eficiente, agregando valor a cada tarea encomendada.

El usuario interno, también llamado cliente interno se convierte en un proveedor de otro u otros compañeros de trabajos llamados “clientes internos” (Domínguez, 2006). Cabe indicar que en el cumplimiento de sus funciones el usuario interno, sin importar su cargo o posición deben ofrecer calidad de servicio que permita fortalecer un clima de servicio de la institución o empresa.

Grönroos (1984), afirma que la percepción de la calidad de servicio es “el resultado de un proceso de evaluación, donde el cliente compara sus expectativas con el servicio que percibe que ha recibido (...) resultado de este proceso será la calidad percibida del servicio” (p. 37), la que estará sujeta al juicio de valor que emita el cliente (usuario interno) en base a las expectativas que tenía del servicio o producto (Balmori y Flores, 2014), en esta perspectiva se sostiene que la percepción se basa en la evaluación no solo como resultado final sino desde todo el proceso en su conjunto (Grönroos, 1984) que obtiene el usuario final sea interno o externo, asimismo teniendo en consideración que la empresa es un ente interactuante en una sociedad, que involucra otros factores internos y externos que influye en generar una experiencia de sostenibilidad del servicio.

La cultura organizacional se va implementando a partir de la vivencia y experiencia de sus actores, así para fortalecer positivamente la percepción de la calidad de servicios entre usuarios internos, se ha propuesto desarrollar estrategias que busquen fortalecer un clima de servicio en el que el usuario interno se sienta reconocido y valorado como artífice importante de una empresa o institución (Sarmiento y Paredes, 2019), asimismo, otra variable psicosocial como la actitud y motivación se vincula con la calidad de realizar las funciones como el lograr estar satisfecho por el trabajo que ejecuta diariamente (Ospina, 2014); desprendiéndose que el proceso de un servicio competitivo en base a la calidad, puede ser un motivador para el trabajador, observando que existe relación entre la satisfacción del trabajador y la satisfacción del cliente que recibe el servicio (Dean, 2004).

2.3.2.2 Dimensiones de la percepción de la calidad de servicio

- **Cooperación entre usuarios internos**

La cooperación es una conducta manifiesta en la que subyace la existencia de metas o intereses comunes entre las personas (Blanco, 2011), para Furnham (2001), la cooperación en una forma básica viene a ser la coordinación de actividades, donde se refleja la ayuda y el apoyo mutuo entre compañeros de trabajos que les permita alcanzar las metas compartidas; siendo necesario que hoy en día las empresas e instituciones implementen actividades que fomenten el trabajo en equipo caracterizado por la cooperación entre usuarios internos, que les permitan alcanzar los objetivos trazados.

- **Liderazgo de la Gestión**

El liderazgo es un conjunto de pautas de conductas que se utilizan para influir en el comportamiento de individuos y equipos, a fin de lograr los resultados (Payeras, 2004).

Hoy en día, las empresas o instituciones enfatizan en trabajar el liderazgo eficiente de participación; la cual depende de una disposición compartida y de la capacidad de llevar a cabo la diversidad de funciones, de tareas y mantenimiento dentro de un grupo (Kolb, Rubin y McIntyre, 1977), sin embargo, no podríamos afirmar que exista una mejor forma de liderar que sea efectiva, está va depender de las características de la organización y las personas que lo conforman (De la Cruz, 2015).

Ibáñez (2002), afirma que el estilo de liderazgo tiene un fuerte impacto en el clima organizacional; por esta razón , el gerente tiene que dirigir la motivación de sus trabajadores (Kolb, Rubin y McIntyre, 1977), tiene que guiar, a fin de conseguir los objetivos establecidos por las instituciones (De la Cruz, 2015), encontrando así relación directa en los resultados, así como también puede explicar las causas de que unas empresas tengan éxito, se mantengan o desaparezcan del mercado (Payeras, 2004).

En las instituciones públicas aún no se valora la fuerza de esta relación, ya que, en muchas ocasiones se imponen jefes con deficientes cualidades de liderazgo, que es una de las razones, que hace que el servicio en el sector público se ha visto como lento, burocrático, falta de iniciativa de los trabajadores y mala percepción de los clientes sobre los servicios que reciben de parte de los usuarios internos.

En contextos cambiantes se requieren líderes que desafíen el momento, que sean visionarios del futuro y que transmitan confianza, inspiración e innovación a los trabajadores (Robbins y Judge, 2009).

Jiménez (2013), en su investigación muestra la importancia del liderazgo evidenciando:

El 54% de los encuestados identifico al liderazgo (del Director General) como agente de cambio dentro de la organización, sin embargo, del estudio se desprende que un (71%) de los encuestados culpó al liderazgo de ser el motivo por el cual las compañías fracasan en el intento de alcanzar sus objetivos. Los mayores obstáculos para el desarrollo del liderazgo son una inadecuada

formación en ese tema (53%), la falta de compromiso de la alta dirección en el desarrollo de los líderes (49%), unos planes de sucesión inadecuados (52%) y la falta de delegación de la alta dirección (53%) (pp. 33 - 34).

- **Responsabilidad Social Institucional**

Las empresas o instituciones no solo tienen responsabilidades económicas y obligaciones legales, sino que también tienen responsabilidades sociales (McGuire, 1963), y las instituciones públicas no deben ser ajenos a estas responsabilidades, sino por el contrario, deberían ser las pioneras en liderar programas y proyectos de responsabilidad social para las comunidades, deben con su ejemplo exigir a las empresas corporativas las buenas prácticas en cuidar y proteger el medioambiente, apoyo a la comunidad y otros.

La responsabilidad social corporativa es cambiante en el tiempo, dado que las exigencias y necesidades de la sociedad también lo son, asimismo es heterogenia porque existen distintas fuentes étnicas que crean diversidad de culturas, sociedades, etc. (Sánchez, Cano y Peribáñez, 2017).

- **Valoración de su labor**

En el ámbito laboral, por lo general se percibe que los trabajadores valoran su trabajo por las necesidades básicas de supervivencia que este le ofrece como es el salario, seguridad, prestaciones y beneficios, etc., considerando al trabajo como un fin para conseguir algo (Furnham, 2001).

Independientemente de ver al trabajo como un fin, los usuarios internos deben sentir importante su aporte y lo útil que son en el proceso de satisfacción del cliente, para ello, las empresas deben generar espacios que permitan fortalecer el aprendizaje en experiencias agradables, donde los usuarios internos valoren su trabajo, fortalezcan sus habilidades y hagan uso eficiente de los recursos.

2.3.2.3 Clima de servicio y calidad de servicio

Los estudios demuestran que las organizaciones que propician un clima de servicio y a la vez desarrollan condiciones en los que sus usuarios internos se encuentren satisfechos influirá en mejorar la satisfacción y lealtad de los clientes (Robbins y Judge, 2009; Schneider y Nicole, 2002; Fornell y Wernerfelt, 1987), con la retención de los mismos se contribuye a mejorar la rentabilidad de empresa a través de las relaciones sólidas que se establezcan con los clientes (Storbacka, Strandvik y Grönroos, 1994), debido a que los usuarios internos al cumplir sus funciones “ofrecerán no solo un servicio sino una calidad de servicio que logre sobrepasar las expectativas del cliente externo, llamar su atención, lograr esa fidelización que la empresa necesita y despertar el deseo del cliente de volver” (Simancas, 2012, p. 89).

En ese sentido, las organizaciones deben propiciar la creación de clima de servicio que ayude fortalecer el buen comportamiento de los usuarios internos en la entrega de calidad de servicio como medio para satisfacer y fidelizar a los clientes (Sarmiento y Paredes, 2019), es importante recompensar los esfuerzos de los empleados en esta tarea, así para cuando ellos sientan que son

recompensados por brindar servicios de calidad, el clima de servicio de la empresa será más fuerte, pero no es suficiente que los trabajadores ofrezcan calidad de servicio, para ello se requiere que la organización establezca políticas y prácticas de clima de servicio que permitan experiencias agradables al cliente (Schneider, White y Paul, 1998).

Las políticas y prácticas que las empresas fomentan con la finalidad de fortalecer el clima de servicio alto, ayudará a mejorar la calidad de servicio que brindan los usuarios internos (De Guevara, 2009), tal como lo afirman Mayer, Ehrhart y Schneider (2009), “los trabajadores que perciben un clima de servicio alto, presentan recursos necesarios para tratar con variabilidad al cliente (usuario interno) y tienen motivación para hacerlo, requieren menos supervisión y dan servicios de alta calidad” (p. 1036), en el proceso de la actividad realizada, que lleva a aumentar la satisfacción de los clientes (Bellou y Andronikidis, 2008).

En las empresas o instituciones que presentan altos niveles de interdependencia, es necesario implementar una cultura corporativa, que se desarrolle a base de un clima de servicio, ya que, un desglose por parte de los usuarios internos involucrados en el proceso de servicio afectaría el resultado final, por ello, es relevante que cada trabajador comprenda la importancia de su labor en la fidelización de los clientes (Reardon y Enis, 1990).

Una estrategia clave para recuperar a nuestro cliente desatendido e ignorado “el usuario interno” quien cumple un rol importante en la cadena de servicio es el marketing interno, considerado hoy en día como un requisito en el

éxito de la comercialización (Grönroos, 1990), que se aplica incluso en aquellos que no interactúan directamente con los clientes, pero deben comprender la importancia de su función y reconocer su contribución en la satisfacción al cliente, por ello, las empresas deben recompensar las acciones y la fuerza de trabajo que llevan a aumentar la satisfacción del cliente externo.

El marketing interno se focaliza en generar un ambiente de trabajo basado en tareas interesantes y significativas para el usuario interno, que permitan reforzar su interés en brindar buen servicio al cliente (Grönroos y Gummerus, 2014), a fin de fortalecer su identificación y compromiso con la empresa o institución en brindar servicio de calidad que vaya más allá de las expectativas de los clientes.

El marketing interno está orientado a persuadir a cada trabajador desde la alta gerencia hasta el mínimo trabajador con la finalidad de aumentar la calidad de su servicio (Reardon y Enis, 1990), asimismo ellos plantean algunos pasos de la teoría de persuasión y la investigación que pueden aumentar el éxito del marketing interno:

- Comunicación clara al trabajador respecto a cómo su contribución encaja en la cadena de servicio al cliente.
- Reconocimiento de que pueden contribuir a la definición de las pautas de servicio al cliente por sus propias sugerencias imaginativas.
- Evidencia clara de que tales contribuciones serán recompensadas en una variedad de formas relevantes para los empleados.

En el ámbito laboral los factores contextuales que implementan las empresas para mejorar el clima de servicio deben tener como base el apoyo que sienten los trabajadores sobre los recursos, capacitaciones, buenas prácticas gerenciales y asistenciales; así también de deben implementar estrategias que fortalezcan las habilidades o competencias sociales en base a calidad de servicio (Schneider, White y Paul, 1998). Estas estrategias tienen que estar acompañadas del involucramiento de la institución y su liderazgo, así como propiciar la práctica a todo nivel en el personal.

2.4 Hipótesis

2.4.1 Hipótesis general

Hi. El clima organizacional es predictor de la percepción de la calidad de servicio del usuario interno en una institución pública, Lima- Perú.

2.4.2 Hipótesis específicas:

H₁. El clima organizacional es predictor del factor cooperación entre usuarios internos de la variable percepción de la calidad de servicio del usuario interno en una institución pública, Lima- Perú.

H₂. El clima organizacional es predictor del factor liderazgo de gestión de la variable percepción de la calidad de servicio del usuario interno en una institución pública, Lima- Perú.

H₃. El clima organizacional es predictor del factor responsabilidad social institucional de la variable percepción de la calidad de servicio del usuario interno en una institución pública, Lima- Perú.

H₄. El clima organizacional es predictor del factor valoración de su labor de la variable percepción de la calidad de servicio del usuario interno en una institución pública, Lima- Perú.

CAPITULO III: MÉTODO

3.1 Tipo, Método y Diseño de Investigación

El estudio es de método no experimental de diseño predictivo transversal, porque el propósito principal es “explorar la relación funcional mediante el pronóstico de alguna variable criterio a partir de uno o más predictores” (Ato, López y Benavente, 2013, p. 1051). Para este tipo de estudios no se emplea procedimientos de control de las variables estudiadas, usando por lo general la regresión lineal o no lineal como estadístico (Ato, López y Benavente, 2013).

Es no experimental porque la muestra única es seleccionada aleatoriamente, las variables son medibles y no manipuladas, y finalmente se cuenta con la disponibilidad de una matriz de correlaciones o covarianzas entre variables (Ato, López y Benavente, 2013).

3.2 Población y Muestra.

La población está conformada por usuarios internos de una institución del sector público del Poder Ejecutivo (ver tabla 1).

Tabla 1

Distribución de la población

| | CAS | Nombrado | Terceros | Total |
|-----|-----------------|-----------------|-----------------|-------------------|
| PEA | 703 (48.99%) | 231 (16.09%) | 501 (34.92%) | 1435 (100.00%) |

Elección de la Muestra

La determinación del tamaño de la muestra estuvo en base a un margen de error de 0.05 y al 0.95 de nivel de confianza, utilizando el método aleatorio simple con la fórmula y procedimiento de Cochran (ver tabla 2).

Tabla 2

Distribución de la muestra

| | CAS | Nombrado | Terceros | Total |
|-----|----------------|---------------|----------------|------------------|
| PEA | 145 (46.8%) | 58 (18.7%) | 107 (34.5%) | 310 (100.00%) |

3.3 Identificación de Variables.

Variable predictora "X" Clima organizacional

Dimensiones:

X₁ Autonomía.

X₂ Cohesión

X₃ Confianza

X₄ Apoyo

X₅ Reconocimiento

X₆ Equidad

X₇ Innovación

Variable criterio “Y” Percepción de la calidad de servicio del usuario interno.

Factores:

Y₁ Cooperación entre usuarios internos.

Y₂ Liderazgo de Gestión

Y₃ Responsabilidad social institucional

Y₄ Valoración de su labor.

3.4 Operacionalización de Variables

Variable X: Clima Organizacional

Indicadores: La evaluación del clima organizacional se realiza a través del instrumento adaptado de Koys y Decottis (1991), donde las puntuaciones se obtienen a partir de:

- **Autonomía:** Percepción sobre la autodeterminación y responsabilidad para la toma de decisiones frente a procedimientos del trabajo, objetivos trazados y prioridades.
- **Cohesión:** Percepción de identificación y relación como equipo de trabajo, generando espacios de compañerismo, ayuda mutua y confianza.
- **Confianza:** Percepción de libertad de expresión y comunicación de temas delicados o personales con los jefes, considerando que está no será usada como represalia.
- **Apoyo:** La percepción de los trabajadores sobre el respaldo frente a nuevas iniciativas o errores que puedan haberse generado.

- **Reconocimiento:** La percepción de los trabajadores respecto a la recompensa que reciben por la entrega de servicio.
- **Equidad:** La percepción de los trabajadores sobre la existencia de políticas y reglamentos equitativos.
- **Innovación:** La percepción de los trabajadores sobre las iniciativas de asumir riesgos o eventos desconocidos donde tenga poco o ninguna experiencia.

Variable Y: Percepción de la calidad de servicio del usuario interno

Indicadores: La evaluación está dado por la escala de percepción de la calidad de servicio del usuario interno (Paredes y Hernández, 2018), compuesta de cuatro factores: Liderazgo de la gestión, Valoración de su labor, Responsabilidad social institucional y Cooperación entre usuarios internos.

- **Cooperación entre usuarios internos:** La persona con buena socialización reconocerá que todos merecen una equitativa recompensa por su trabajo y estará dispuesto a contribuir con los demás, por el contrario, la explotación del trabajo del otro no favorece al bienestar humano. Una evidencia es que al llegar al mundo encontramos aquello con que nuestros antepasados han contribuido a la evolución y al progreso de la humanidad. Esperando cada vez mayores aportaciones al bienestar común (Adler, 2000) formando el

sentimiento de comunidad, ya que sin dicho sentimiento se genera su destrucción.

- **Liderazgo de la Gestión:** El rol de jefe o directivo en la relación de liderazgo, conlleva que contribuya a que el cliente interno conozca y defina muy bien su función dentro de la organización; comprenda, crea y venda la misión a todas las personas de la empresa; y tenga claro cuáles son sus necesidades y prioridades. En especial teniendo en cuenta que es partícipe de la elaboración de los objetivos (Albrecht & Bradford, 1989).

- **Valoración de su labor:** Un elemento central para la estabilidad y sentimiento de estar completo en el ser humano es la superación del sentimiento de inferioridad, (Adler, 2000) a lo que contribuye en forma auténtica cuando experimenta la importancia de su labor para la sociedad (organización) de la que es parte y la asume como un objetivo principal, en lugar de secundario. En la misma dirección se formula las necesidades de estima y de autorrealización (Abraham, 1991).

- **Responsabilidad Social Institucional:** la responsabilidad social exige gestión, la cual debe incluir indicadores que permitan proponer actividades e involucrarse en tareas para su desarrollo en armonía con la comunidad, a través de una estrategia a ser incluida en la planeación a largo plazo (Sarmiento, 2011) y también en aquellas tareas vinculadas a las competencias, intereses o hobbies mediante el voluntariado del usuario interno con los grupos de interés.

Tabla 3

Operacionalización de variables

| Variable | Operacionalización | Dimensiones | Ítems | Escala |
|--|---|---|----------------|--|
| Clima Organizacional | Respuestas de percepción que el examinado emite a un cuestionario, expresando el significado que otorga a las Dimensiones: autonomía, cohesión, confianza, apoyo, reconocimiento, equidad e innovación | 1. Autonomía Respuestas en una escala de cinco grados de respuesta. | 1,8,15,22,29 | Ordinal de cinco grados 5= Muy de acuerdo 4= De acuerdo 3 = No estoy seguro 2= En desacuerdo 1= Totalmente desacuerdo |
| | | 2. Cohesión Respuestas en una escala de cinco grados de respuesta. | 2,9,16,23,30 | |
| | | 3. Confianza Respuestas en una escala de cinco grados de respuesta. | 3,10,17,24,31 | |
| | | 4. Apoyo Respuestas en una escala de cinco grados de respuesta. | 4,11,18,25,32 | |
| | | 5. Reconocimiento Respuestas en una escala de cinco grados de respuesta | 5,12,19,26,33 | |
| | | 6. Equidad Respuestas en una escala de cinco grados de respuesta. | 6,13,20,27,34 | |
| | | 7. Innovación Respuestas en una escala de cinco grados de respuesta. | 7,14,21,28,35 | |
| Percepción de la calidad de servicio del usuario interno | Respuestas emitidas por el examinado expresando el significado que otorga a los factores: Liderazgo de gestión, Responsabilidad social institucional, Cooperación entre usuarios internos y Valoración de su labor. | 1. Cooperación entre usuarios internos Respuestas del examinado en una escala de 5 grados | 2,6,7,11,14 | |
| | | 2. Liderazgo de gestión Respuestas del examinado en una escala de 5 grados | 4,17,18,24 | |
| | | 3. Responsabilidad Social institucional Respuestas del examinado en una escala de 5 grados | 8,13,15,16,19 | |
| | | 4. Valoración de su labor Respuestas del examinado en una escala de 5 grados | 20,22,23,25,26 | |

3.5 Técnicas e Instrumentos

Se utilizaron dos cuestionarios cuyas fichas técnicas se presentan a continuación:

3.5.1 Clima organizacional

Título: Clima Organizacional.

Autor: Koys y Decottis

Año: 1991

Adaptación: María Chiang, Mauricio Salazar, Patricia Huerta y Antonio Núñez (2008).

Objetivo: Medir los significados a partir de la percepción acerca del clima organizacional.

Estructura: El cuestionario consta de 40 ítems distribuidos en ocho dimensiones. La confiabilidad del cuestionario en su versión original obtuvo un coeficiente de confiabilidad de .80, sin embargo en la adaptación que realizó Chiang, et al. (2008), utilizando el método de consistencia interna, quitando la dimensión presión la confiabilidad aumenta .94, para el presente estudio se consideró trabajar con 35 ítems distribuido en 7 dimensiones: Autonomía (1.8.15.22.29), Cohesión (2.9.16.23.30), Confianza (3.10.17.24.31), Apoyo (4.11.18.25.32), Reconocimiento (5.12.19.26.33), Equidad (6.13.20.27.34) e Innovación (7.14.21.28.35), sin utilizar la dimensión presión.

Se revisó utilizando el método de la consistencia interna donde las dimensiones con observaciones corresponden a: equidad e innovación, pero que no alteran el resultado total que fue de 0.95, como se puede ver en la tabla 4.

Tabla 4

Confiabilidad de las dimensiones de clima organizacional

| | N de ítems | Alfa |
|----------------|------------|------|
| Autonomía | 5 | .789 |
| Cohesión | 5 | .789 |
| Confianza | 5 | .869 |
| Apoyo | 5 | .847 |
| Reconocimiento | 5 | .889 |
| Equidad | 5 | .508 |
| Innovación | 5 | .725 |
| Total Clima | 35 | .953 |

La validez de la muestra estudiada se encuentra validez de constructo muy significativa inter test y sub test total en todos los casos son menores de 0.90, que indican que no miden lo mismo, y que por lo contrario cada dimensión mantiene independencia sin dejar de medir o ser parte del mismo fenómeno que se está midiendo (ver tabla 5), razón por lo cual se afirma que el cuestionario cumple con su propósito con riesgo de error menores del 0.05.

Tabla 5

Validez de constructo inter test, subtest y test total

| | Autonomía | Cohesión | Confianza | Apoyo | Reconocimiento | Equidad | Innovación | Total Clima |
|---------------------|-----------|----------|-----------|--------|----------------|---------|------------|----------------|
| Autonomía | 1.000 | | | | | | | |
| Cohesión | .307** | 1.000 | | | | | | |
| Confianza | .408** | .496** | 1.000 | | | | | |
| Apoyo | .460** | .447** | .853** | 1.000 | | | | |
| Reconoci- miento | .470** | .464** | .694** | .764** | 1.000 | | | |
| Equidad | .383** | .486** | .769** | .776** | .686** | 1.000 | | |
| Innovación | .561** | .488** | .784** | .835** | .745** | .773** | 1.000 | |
| Total Clima | .605** | .643** | .881** | .908** | .830** | .849** | .917** | 1.000 |

* $p < 0.05$, (**) $p < 0.01$

Calificación e Interpretación:

Los trabajadores responden a cada elemento utilizando una escala Likert de cinco puntos. Presenta seis elementos de forma negativa, que son valorados de forma inversa. La suma total de los valores de los cinco elementos viene a ser la valoración de la escala.

Chiang et al. (2008), adaptó el cuestionario empezando con la traducción del inglés al castellano, siguiendo las recomendaciones de Morales et al., 2003.

3.5.2 Percepción de la calidad de servicio del usuario interno.

Título: Escala de percepción de la calidad de servicio del usuario interno.

Autor: Mildred Tarazona y Héctor Hernández

Objetivo: Medir los significados a partir de la percepción acerca de la calidad de servicio del usuario interno.

Años: 2018

Estructura: La escala consta de 19 ítems distribuidos en cuatro factores: Cooperación entre usuarios internos (2,4,5,7,9), Liderazgo de gestión (1,3,12,13), Responsabilidad Social Institucional (6,8,10,11,14) y Valoración de su labor (15,16,17,18,19).

La confiabilidad de la escala en su versión original obtuvo un coeficiente de confiabilidad de 0.82, utilizando el método de consistencia interna.

Para el presente estudio se revisó utilizando el método de la consistencia interna de Cronbach encontrando para los cuatro factores y la escala total coeficientes Alfa que oscila entre un mínimo de 0.74 para el factor Responsabilidad social institucional y un máximo de 0.857 para el factor Liderazgo de gestión, datos que indican que la escala cuenta con la confiabilidad (ver tabla 6).

Tabla 6

Confiabilidad de la escala de percepción de la calidad del servicio del usuario interno

| | Alfa | N de elementos |
|--------------------------------------|------|----------------|
| Cooperación entre usuarios internos | .833 | 5 |
| Liderazgo de gestión | .857 | 4 |
| Responsabilidad social Institucional | .740 | 5 |
| Valoración de su labor | .773 | 5 |
| Total general | .922 | 19 |

La validez, por el método de constructo inter test y test total, la escala presenta coeficientes menores de 0.90 y todo significativos, indicando la

independencia de cada factor, pero al mismo tiempo indicando que es parte del mismo fenómeno medido.

Tabla 7

Validez de constructo de la escala de percepción de calidad de servicio del usuario interno

| | Cooperación entre usuarios internos | Liderazgo de la gestión | Responsabilidad social institucional | Valoración de su labor | General |
|--------------------------------------|-------------------------------------|-------------------------|--------------------------------------|------------------------|---------|
| Cooperación entre usuarios internos | 1.000 | | | | |
| Liderazgo de la gestión | .589** | 1.000 | | | |
| Responsabilidad social institucional | .602** | .630** | 1.000 | | |
| Valoración de su labor | .678** | .556** | .617** | 1.000 | |
| General | .825** | .839** | .852** | .808** | 1.000 |

Calificación e Interpretación:

Los trabajadores responden a cada elemento utilizando una escala Likert de cinco puntos. La suma total de los valores de los cinco elementos viene a ser la valoración de la escala.

3.6 Procedimiento para la recolección de datos

En primer lugar, se solicita los permisos a la Oficina General de Recursos Humanos de una institución pública de Lima para la aplicación de los instrumentos a todos los trabajadores.

Aprobado la solicitud por la OGRH, se comunica a todas las direcciones la aplicación de los instrumentos y los objetivos de dicha medición, a fin de que puedan tomar conocimiento y otorguen las facilidades a los trabajadores para su participación en el llenado de la encuesta.

La aplicación de los instrumentos se realizaron en una semana en horario de oficina. En cada sesión previamente se tomaba en cuenta el consentimiento informado, comunicando al trabajador el motivo y uso de la información recogida (*Ver anexo 1*).

3.7 Técnicas del procesamiento y análisis de datos

Se inicia el procesamiento con el análisis descriptivo de la variable, posteriormente se realizó el análisis correlacional para determinar la relación que existe entre las variables estudiadas a través del coeficiente de correlación de Pearson, finalmente, para la contratación de las hipótesis se empleó el análisis de regresión lineal, donde el estadístico pertinente, corresponde a un análisis de correlación múltiple R^2 .

CAPÍTULO IV: RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Se presente los resultados obtenidos y se analizan teniendo en consideración el siguiente orden: primero se efectuó un análisis descriptivo preliminar, seguido del análisis de correlación como previo al análisis de regresión lineal, este último nos permite analizar la prueba de hipótesis, que a continuación presento en el orden mencionado.

4.1 Análisis descriptivos

4.1.1 Clima organizacional

Con la intención de describir la variable clima organizacional en la muestra estudiada, se calculó estadísticos descriptivos convertido a la escala quintil, encontrando que la muestra ha registrado en el cuestionario general un promedio de 3.48 que corresponde a la categoría ambivalente, presentando mejor clima en las dimensiones confianza y apoyo como se puede ver en la tabla 8.

Tabla 8

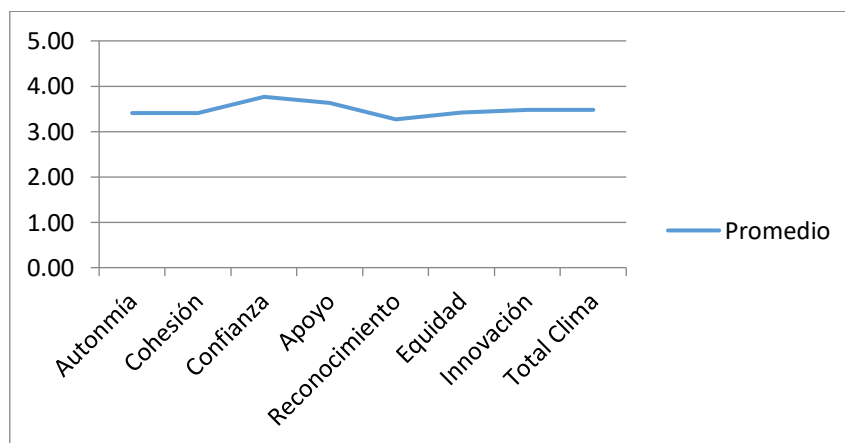
Descriptivos del clima organizacional en la muestra estudiada

| | <i>Autonomía</i> | <i>Cohesión</i> | <i>Confianza</i> | <i>Apoyo</i> | <i>Reconocimiento</i> | <i>Equidad</i> | <i>Innovación</i> | <i>Total Clima</i> |
|----------|------------------|-----------------|------------------|--------------|-----------------------|----------------|-------------------|--------------------|
| Media | 3.41 | 3.40 | 3.77 | 3.63 | 3.27 | 3.42 | 3.47 | 3.48 |
| Mediana | 3.4 | 3.6 | 3.8 | 3.7 | 3.4 | 3.4 | 3.6 | 3.57 |
| D.E. | 0.67 | 0.70 | 0.78 | 0.84 | 0.57 | 0.70 | 0.81 | 0.61 |
| Varianza | 0.44 | 0.49 | 0.60 | 0.70 | 0.32 | 0.49 | 0.65 | 0.37 |
| Rango | 4 | 3.8 | 4 | 4 | 3.4 | 4 | 4 | 3.43 |
| Mínimo | 1 | 1.2 | 1 | 1 | 1.4 | 1 | 1 | 1.31 |
| Máximo | 5 | 5 | 5 | 5 | 4.8 | 5 | 5 | 4.74 |
| Suma | 1058.4 | 1055.2 | 1167.6 | 1126.4 | 1013.6 | 1060.4 | 1076.8 | 1079.77 |
| Cuenta | 310 | 310 | 310 | 310 | 310 | 310 | 310 | 310 |

Los datos pueden verse en la figura 1, donde destaca la distribución próxima a una función plana, en ninguna de las dimensiones se llega al grado cuatro.

Figura 1

Distribución de promedios por dimensiones del clima organizacional



Nota: Total de trabajadores (310).

Resulta importante identificar la distribución porcentual de examinados en cada una de las cinco categorías escalares, y se observa, que las categorías de percepción alta y muy alta en general llega al 54.2 % mientras que el 45.8% se ubican en categorías de percepción negativa, la diferencia del 8.4%, no es lo suficiente para afirmar un predominio significativo, esta realidad indica que el clima organizacional tiene características conflictivas, porque existe aproximaciones a porcentajes similares, las dos apreciaciones difieren con un valor $X^2 = .0256$ completamente irrelevante.

Tabla 9

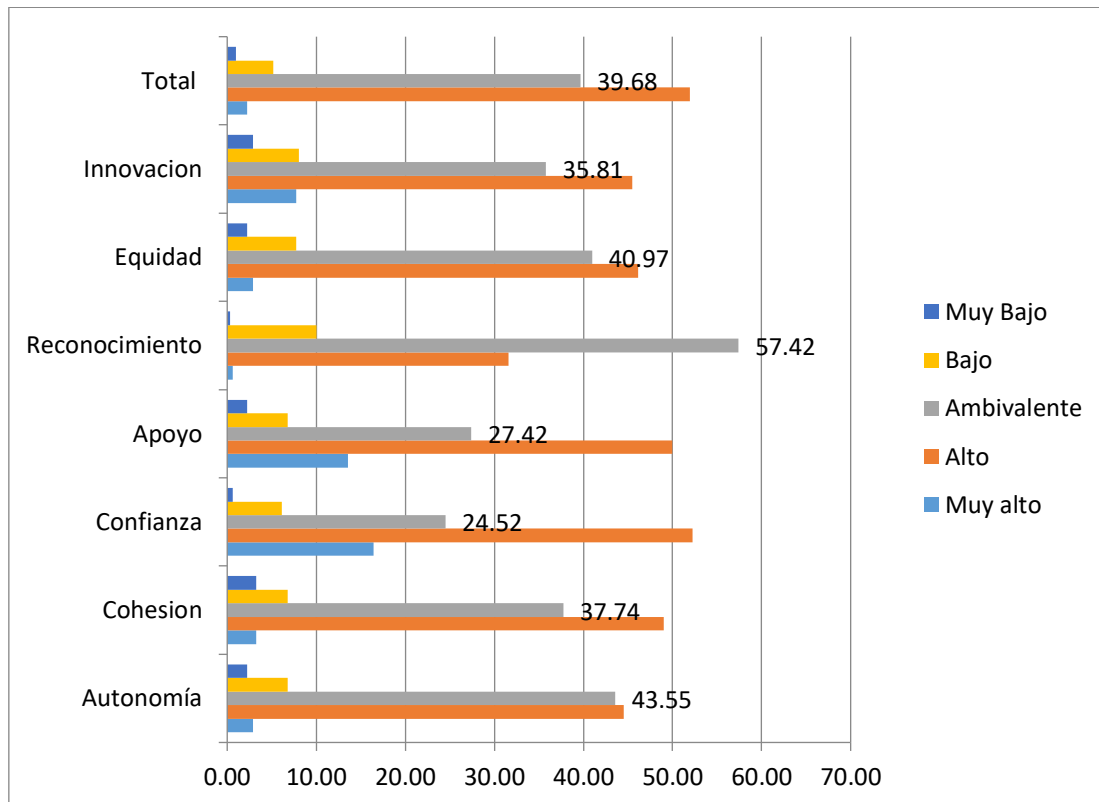
Distribución porcentual del clima organizacional por dimensiones y total según la categoría escalar en la que se ubica la muestra estudiada

| | Muy alto | Alto | Ambivalente | Bajo | Muy Bajo | % Acumulado |
|----------------|----------|-------|-------------|-------|----------|-------------|
| Autonomía | 2.90 | 44.52 | 43.55 | 6.77 | 2.26 | 100 |
| Cohesión | 3.23 | 49.03 | 37.74 | 6.77 | 3.23 | 100 |
| Confianza | 16.45 | 52.26 | 24.52 | 6.13 | 0.65 | 100 |
| Apoyo | 13.55 | 50.00 | 27.42 | 6.77 | 2.26 | 100 |
| Reconocimiento | .65 | 31.61 | 57.42 | 10.00 | .32 | 100 |
| Equidad | 2.90 | 46.13 | 40.97 | 7.74 | 2.26 | 100 |
| Innovación | 7.74 | 45.48 | 35.81 | 8.06 | 2.90 | 100 |
| Total | 2.26 | 51.94 | 39.68 | 5.16 | .97 | 100 |

De lo descrito se observa en la figura 2, que destaca que los extremos muy alta y muy baja percepción del clima organizacional registran los porcentajes más bajos, en ninguna de las dimensiones se ha registrado el 60% que demarque predominio.

Figura 2

Distribución porcentual según categorías de las dimensiones y total de clima organizacional



Nota: Total de trabajadores (310).

4.1.2 Percepción de la calidad de servicio del usuario interno

En la escala de cinco grados, los factores con promedio cercano al grado cuatro son: cooperación entre usuarios internos y valoración de su labor, en tanto que, los factores restantes se ubican en el grado tres correspondiente a ambivalente.

Tabla 10

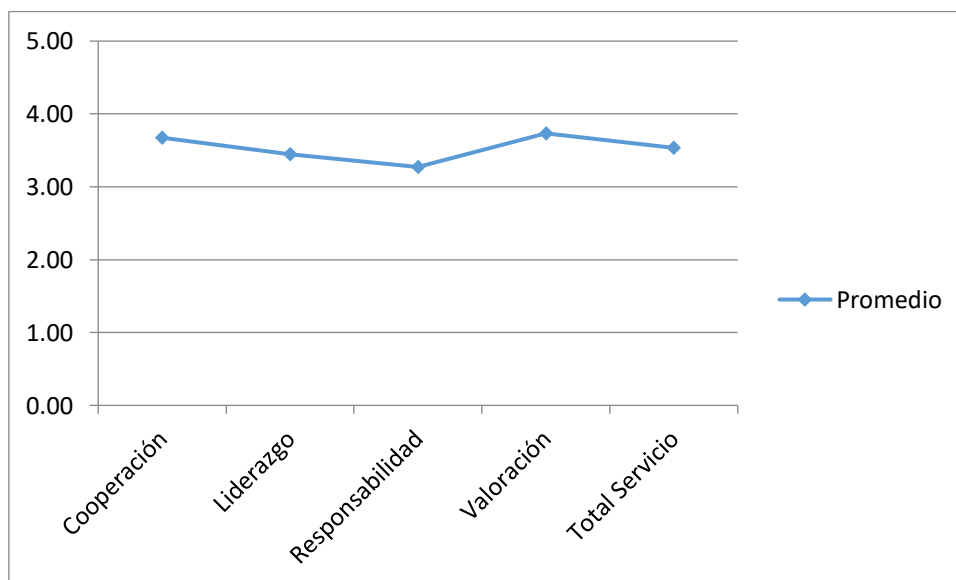
Descriptivos de los factores de la percepción de calidad del servicio del usuario interno

| | <i>Cooperación entre usuarios internos</i> | <i>Liderazgo de la gestión</i> | <i>Responsabilidad social Institucional</i> | <i>Valoración de su labor</i> | <i>Total Servicio</i> |
|-----------|--|--|---|-----------------------------------|---------------------------|
| Media | 3.67 | 3.45 | 3.27 | 3.73 | 3.54 |
| Mediana | 3.8 | 3.75 | 3.4 | 3.8 | 3.63 |
| D. E. | .66 | .88 | .66 | .60 | .59 |
| Varianza | .44 | .77 | .44 | .36 | .35 |
| Asimetría | -1.18 | -.76 | -.64 | -.88 | -.89 |
| Rango | 4 | 4 | 4 | 3.6 | 3.79 |
| Mín. | 1 | 1 | 1 | 1.4 | 1.11 |
| Máx. | 5 | 5 | 5 | 5 | 4.89 |
| Σ | 1139.2 | 1069.5 | 1014.4 | 1157.4 | 1096.47 |
| Cuenta | 310 | 310 | 310 | 310 | 310 |

En la figura 3, se observa que los factores que pasan de 3.55 corresponde a: cooperación entre usuarios internos y valoración de su labor, en una función con características más planas que acentuadamente asimétricas.

Figura 3

Valores promedio de los factores y total de la percepción de calidad de servicio del usuario interno



Nota: Total de trabajadores (310).

Para localizar la concentración de examinados en las categorías escalares se ha calculado el porcentaje de examinados en cada una de las categorías equivalentes, se aprecia que el 58.07% expresan percepción positiva mientras que el 41.93% oscilan entre la percepción ambivalente a muy baja. La diferencia del 16.14% , no es significativa pues solo registra un $\chi^2 = .3769$ irrelevante, por tanto de manera similar al clima organizacional, la percepción de la calidad de servicio del usuario interno es conflictiva en el sentido que al no presentarse predominio en alguno de los sentidos, es muy probable encontrar un trabajador con percepción positiva o un trabajador de percepción negativa, ya que, la razón por cada 50.07/41.93 es 1.38, por cada sujeto con percepción negativa hay 1.38 con percepción positiva (ver tabla 11).

Tabla 11

Distribución porcentual por categorías de cada factor y general de la percepción de calidad del servicio del cliente interno

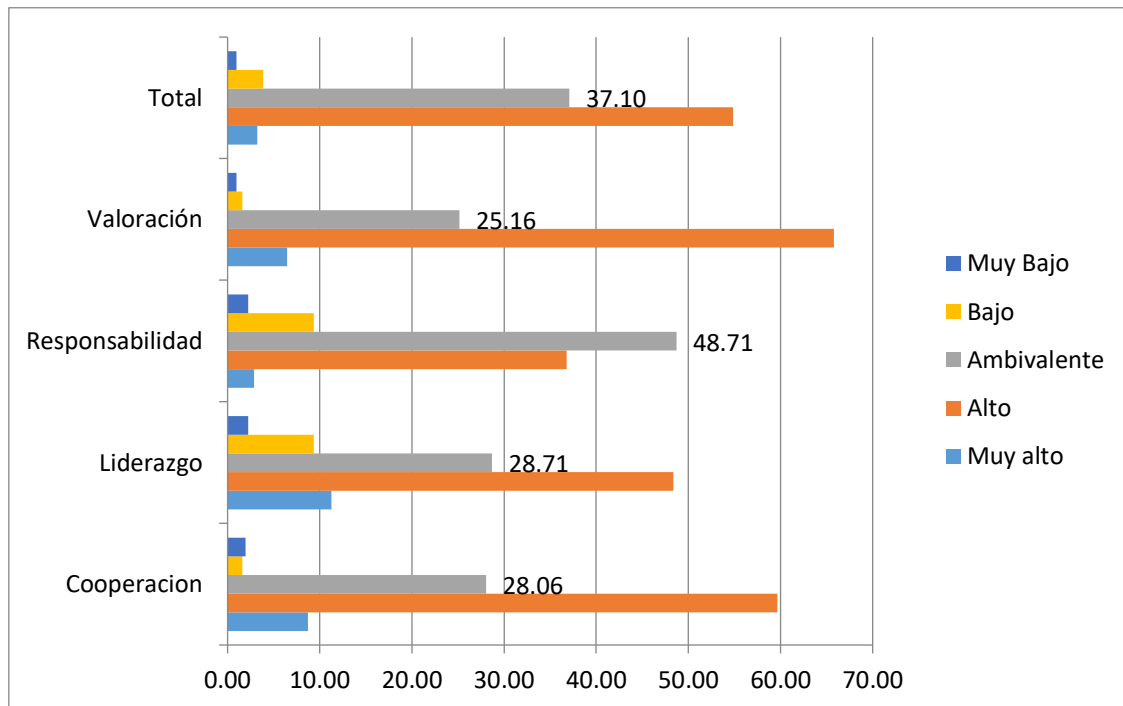
| | Muy alto | Alto | Ambivalente | Bajo | Muy Bajo | Total |
|--------------------------------------|----------|-------|-------------|------|----------|-------|
| Cooperación entre usuarios internos | 8.71 | 59.68 | 28.06 | 1.61 | 1.94 | 100 |
| Liderazgo de la gestión | 11.29 | 48.39 | 28.71 | 9.35 | 2.26 | 100 |
| Responsabilidad social institucional | 2.90 | 36.77 | 48.71 | 9.35 | 2.26 | 100 |
| Valoración de su labor | 6.45 | 65.81 | 25.16 | 1.61 | .97 | 100 |
| Total | 3.23 | 54.84 | 37.10 | 3.87 | .97 | 100 |

En la figura 4, se puede observar que los factores: valoración de su labor y cooperación entre usuarios internos han registrado los porcentajes mayores en

la categoría alta percepción de la calidad, y también la categoría extrema son las que han registrado las tasas menores tal como se puede ver en la figura...

Figura 4

Distribución porcentual según categorías de los factores y total de la percepción de la calidad de servicio del cliente interno



Nota: Total de trabajadores (310).

4.2 Análisis Correlacional

Previo al análisis de regresión, analizaremos la relación que existe entre las variables estudiadas a través del coeficiente de correlación de Pearson. Observamos en la tabla 12, que todas las dimensiones correlacionan de manera lineal y significativa ($p < 0.50$); es decir, se observa una relación directa entre ambas variables, por otro lado, no se percibe colinealidad ($r < .90$) entre las dimensiones estudiadas.

Tabla 12

Matriz de correlaciones entre las dimensiones del clima organizacional como de la percepción de la calidad de servicio del usuario interno

| | To_Coop | Tot_Lid | Tot_resp | Tot_Valo | Tot_SS | To_Au | To_Coh | Tot_Con | To_Apo | To_Rec | Tot_Equi | Total Inno | Tot_Clima |
|-------------|---------|---------|----------|----------|--------|--------|--------|---------|--------|--------|----------|------------|-----------|
| T. Coop | 1 | .573** | .649** | .757** | .865** | .439** | .726** | .501** | .437** | .470** | .467** | .497** | .597** |
| T.Lid | .573** | 1 | .660** | .580** | .829** | .478** | .582** | .808** | .803** | .734** | .778** | .795** | .849** |
| T. resp | .649** | .660** | 1 | .672** | .870** | .419** | .532** | .539** | .527** | .523** | .532** | .562** | .617** |
| T. Val | .757** | .580** | .672** | 1 | .867** | .425** | .598** | .557** | .490** | .479** | .531** | .590** | .624** |
| T. PCSS | .865** | .829** | .870** | .867** | 1 | .514** | .711** | .706** | .665** | .649** | .678** | .717** | .788** |
| T. Au | .439** | .478** | .419** | .425** | .514** | 1 | .390** | .518** | .555** | .560** | .498** | .656** | .703** |
| T. Coh | .726** | .582** | .532** | .598** | .711** | .390** | 1 | .537** | .471** | .481** | .512** | .500** | .657** |
| T. Con | .501** | .808** | .539** | .557** | .706** | .518** | .537** | 1 | .883** | .738** | .834** | .836** | .917** |
| T. Apo | .437** | .803** | .527** | .490** | .665** | .555** | .471** | .883** | 1 | .784** | .821** | .869** | .924** |
| T. Rec | .470** | .734** | .523** | .479** | .649** | .560** | .481** | .738** | .784** | 1 | .710** | .782** | .851** |
| T. Equi | .467** | .778** | .532** | .531** | .678** | .498** | .512** | .834** | .821** | .710** | 1 | .817** | .887** |
| T. Inno | .497** | .795** | .562** | .590** | .717** | .656** | .500** | .836** | .869** | .782** | .817** | 1 | .934** |
| Total Clima | .597** | .849** | .617** | .624** | .788** | .703** | .657** | .917** | .924** | .851** | .887** | .934** | 1 |

**. La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

(Coop = Cooperación entre usuarios internos, Lid = Liderazgo de la gestión, Resp = Responsabilidad social institucional, Val = Valoración de su labor, PCSS = Percepción de la calidad de servicio del usuario interno, Au = Autonomía, Coh = Cohesión, Con = Confianza, Apo = Apoyo, Rec = Reconocimiento, Equi = Equidad, Inno = Innovación).

4.3 Análisis de Regresión

El objetivo principal del estudio pretende conocer la predicción del clima organizacional expresada en siete dimensiones sobre la percepción de la calidad de servicio del usuario interno, el estadístico pertinente, corresponde a un análisis de correlación múltiple puesto que se espera que el clima organizacional sea un predictor de la variable criterio: percepción de la calidad de servicio del usuario interno, ambas variables son ordinales, la variable predictora (clima organizacional) tiene siete dimensiones y quisimos conocer por el coeficiente de correlación en que porcentaje predice y si esta es significativa para un error alfa al .05 de margen de error, esto es el riesgo que se corre de rechazar la hipótesis nula cuando es verdadera, cuyos resultados se presentan a continuación:

4.3.1 El Clima organizacional y la percepción de la calidad de servicio del usuario interno.

Para el presente análisis se ha considerado como variable predictora el clima organizacional y como variable dependiente la percepción de calidad de servicio del usuario interno, se ha encontrado un coeficiente de relación múltiple $R = .833$, el coeficiente de determinación $R^2_{\text{corregida}} = 0.687$, es decir, el 68.7 % de la varianza de la variable percepción de la calidad de servicio del usuario interno está predicha por la variable clima organizacional.

Tabla 13

Resumen de correlación múltiple entre clima organizacional y percepción de la calidad de servicio del cliente interno

| Modelo | R | R Cuadrado | R Cuadrado Corregida | Error Tipo de la Estimación |
|--------|-------------------|------------|----------------------|-----------------------------|
| 1 | .833 ^a | .694 | .687 | 6.30183 |

a. Predictores: Innovación, cohesión, autonomía, reconocimiento, equidad, confianza, apoyo.

Para verificar si el valor de R es significativo, se efectuó el análisis de varianza, encontrando una razón $F = 97.978$ que resulta muy significativa al .0001 de margen de error confirmando que la relación entre clima organizacional y percepción de calidad de servicio del usuario interno es muy significativa (ver tabla 14).

Tabla 14

Análisis de variable del valor R de clima organización y percepción de calidad de servicio del usuario interno.

| Modelo | | Suma de cuadrados | Gl | Media cuadrática | F | Sig. |
|--------|-----------|-------------------|-----|------------------|--------|-------------------|
| 1 | Regresión | 27236.869 | 7 | 3890.981 | 97.978 | .000 ^b |
| | Residuo | 11993.328 | 302 | 39.713 | | |
| | Total | 39230.197 | 309 | | | |

a. Variable dependiente: Total percepción de calidad de servicio interno

b. Predictores: (Constante), innovación, cohesión, autonomía, reconocimiento, equidad, confianza, apoyo

Habiéndose comprobado que el clima organizacional predice la percepción de calidad de servicio del usuario interno, es necesario analizar la importancia que tienen las dimensiones del clima organizacional en el resultado encontrado (ver tabla 15), el clima organizacional como constante es de muy significativa, seguida por la dimensión cohesión, que con un valor de $B = .703$ y

$\beta = .423$) es muy importante, seguido por la dimensión innovación con una ($B = .748$ y $\beta = .268$) y un nivel de significación de .001 y, finalmente la dimensión confianza con un valor ($B = .464$ y $\beta = .160$) es significativa al .05 de margen de error.

Tabla 15

Coeficiente y nivel de significación de las dimensiones de clima organizacional como predictora de la percepción de la calidad de servicio del usuario interno.

| Modelo | Coeficientes no estandarizados | Coeficientes estandarizados | T | P |
|--------------------|--------------------------------|-----------------------------|--------|-------|
| | B | Beta | | |
| (Constante) | 12.954 | | 5.076 | <.001 |
| Autonomía | 0.121 | 0.036 | 0.836 | 0.404 |
| Cohesión | 0.703 | 0.423 | 10.862 | <.001 |
| Confianza | 0.464 | 0.16 | 2.077 | 0.039 |
| ¹ Apoyo | -0.183 | -0.068 | -0.824 | 0.411 |
| Reconocimiento | 0.372 | 0.093 | 1.691 | 0.092 |
| Equidad | 0.259 | 0.081 | 1.252 | 0.212 |
| Innovación | 0.748 | 0.268 | 3.405 | <.001 |

a. Variable dependiente: Total percepción de calidad servicio interno

De lo hallado se concluye que el clima organización predice significativamente la percepción de calidad de servicio del usuario interno, siendo muy importante la cohesión, innovación y confianza en dirección directa positiva.

4.3.2 El Clima organizacional y el factor cooperación entre usuarios internos.

Para este análisis la variable predictora es el clima organizacional y la variable criterio el factor cooperación entre usuarios internos. El coeficiente de determinación del modelo es de $R^2_{\text{corregida}} = .557$, lo que implica que la

variabilidad explicada del modelo es de 55,7% de la percepción de la calidad de servicio del usuario interno es predicha por el clima organizacional. Esta variabilidad explicada es estadísticamente significativa, $F(7,302) = 56.41$, $p < .001$.

La estimación del error típico de beta, permite contrastar los coeficientes de la variable predictora con las variables criterio encontrando que tiene mayor importancia en la predicción la dimensión de autonomía ($B = .127$ y $\beta = .127$) y cohesión ($B = .577$ y $\beta = .607$), cuya probabilidad de ocurrencia tienen márgenes de error muy significativos (ver tabla 16).

Tabla 16

Coeficientes y niveles de significación de cada dimensión de clima organizacional como predictora del factor cooperación entre usuarios internos

| Modelo | Coeficientes no estandarizados | Coeficientes estandarizados | t | P |
|--------------------|--------------------------------|-----------------------------|--------|-------|
| | B | Beta | | |
| (Constante) | 4.094 | | 4.584 | <.001 |
| Autonomía | 0.127 | 0.127 | 2.492 | 0.013 |
| Cohesión | 0.577 | 0.607 | 13.099 | <.001 |
| Confianza | 0.109 | 0.128 | 1.398 | 0.163 |
| ¹ Apoyo | -0.134 | -0.17 | -1.721 | 0.086 |
| Reconocimiento | 0.083 | 0.071 | 1.083 | 0.28 |
| Equidad | -0.007 | -0.008 | -0.099 | 0.921 |
| Innovación | 0.082 | 0.101 | 1.072 | 0.284 |

a. Variable dependiente: Cooperación entre usuarios internos

De lo hallado se afirma que la dimensión autonomía y cohesión del clima organizacional predicen significativamente al factor cooperación entre usuarios internos de forma directa y positiva.

4.3.3 El Clima organizacional y el factor liderazgo de gestión

Para este análisis la variable predictora es el clima organizacional y la variable criterio el factor de liderazgo de la gestión. El coeficiente de determinación del modelo es de $R^2_{\text{corregida}} = .744$, lo que implica que la variabilidad explicada del modelo es de 74,4 % del liderazgo de la gestión es predicha por el clima organizacional. Esta variabilidad explicada es estadísticamente significativa, $F(7,302) = 129.513$, $p < .001$.

La estimación del error típico de beta, permite contrastar los coeficientes de la variable predictora con las variables criterio encontrando que predicen significativamente todas las dimensiones del clima organizacional al factor liderazgo de la gestión (ver tabla 17).

Tabla 17

Coeficiente y nivel de significación de cada dimensión de clima organizacional como predictora del factor liderazgo de gestión

| Modelo | Coeficientes no estandarizados | Coeficientes estandarizados | t | P |
|--------------------|--------------------------------------|--------------------------------|--------|-------|
| | B | Beta | | |
| (Constante) | -2.371 | | -3.291 | <.001 |
| Autonomía | -.088 | -.083 | -2.135 | .034 |
| Cohesión | .179 | .177 | 5.035 | <.001 |
| Confianza | .174 | .192 | 2.755 | .006 |
| ¹ Apoyo | .150 | .179 | 2.386 | .018 |
| Reconocimiento | .176 | .142 | 2.838 | .005 |
| Equidad | .145 | .144 | 2.483 | .014 |
| Innovación | .188 | .216 | 3.030 | .003 |

a. Variable dependiente: Liderazgo de gestión

De lo hallado se concluye que el clima organizacional predice significativamente al factor liderazgo de gestión. Los coeficientes estandarizados Beta encontrados así lo demuestran, siendo hasta ahora la variable criterio cuya importancia predictiva está dada por todas las dimensiones del clima organizacional.

4.3.4 El Clima organizacional y el factor responsabilidad social institucional

Para este análisis la variable predictora es el clima organizacional y la variable criterio el factor responsabilidad social institucional de la percepción de la calidad de servicio del usuario interno. El coeficiente de determinación del modelo es de $R^2_{\text{corregida}} = .399$, lo que implica que la variabilidad explicada del modelo es de 39,9% del factor responsabilidad social institucional es predicha

por el clima organizacional. Esta variabilidad explicada es estadísticamente significativa, $F(7,302) = 30.257$, $p < .001$.

Para este caso el clima organizacional predice significativamente al factor responsabilidad social institucional, solo en el factor cohesión ($B = .285$ y $\beta = .298$); en otras palabras, es la que más impacta en la varianza de la variable clima como predictor (ver tabla 18).

Tabla 18

Coeficiente y nivel de significación de cada dimensión de clima organizacional como predictora del factor responsabilidad social institucional

| Modelo | Coeficientes no estandarizados | Coeficientes estandarizados | T | <i>p</i> |
|--------------------|--------------------------------|-----------------------------|-------|----------|
| | B | Beta | | |
| (Constante) | 3.727 | | 3.571 | <.001 |
| Autonomía | .054 | .054 | .905 | .366 |
| Cohesión | .285 | .298 | 5.529 | <.001 |
| Confianza | .031 | .037 | .344 | .731 |
| ¹ Apoyo | .003 | .004 | .036 | .971 |
| Reconocimiento | .134 | .114 | 1.488 | .138 |
| Equidad | .084 | .088 | .990 | .323 |
| Innovación | .150 | .182 | 1.665 | .097 |

a. Variable dependiente: Responsabilidad social institucional

4.3.5 El Clima organizacional y el factor valoración de su labor

Para este análisis la variable predictora es el clima organizacional y la variable criterio el factor valoración de su labor de la variable percepción de la calidad de servicio del usuario interno. El coeficiente de determinación del modelo es de $R^2_{\text{corregida}} = .474$, lo que implica que la variabilidad explicada del

modelo es de 47,4% del factor valoración de su labor es predicha por el clima organizacional. Esta variabilidad explicada es estadísticamente significativa, $F(7,302) = 40.736$, $p < .001$.

La estimación del error típico de beta, permite contrastar los coeficientes de la variable predictora con las variables criterio encontrando que tiene mayor importancia en la predicción la dimensión de cohesión ($B = .326$ y $\beta = .380$), apoyo ($B = -.202$ y $\beta = -.284$) e innovación ($B = .328$ y $\beta = .444$), cuya probabilidad de ocurrencia tienen márgenes de error muy significativos (ver tabla 19).

Tabla 19

Coeficiente y nivel de significación de cada dimensión de clima organizacional como predictora del factor valoración de su labor

| Modelo | Coeficientes no estandarizados | Coeficientes estandarizados | T | P |
|--------------------|--------------------------------|-----------------------------|--------|-------|
| | B | Beta | | |
| (Constante) | 7.503 | | 8.545 | <.001 |
| Autonomía | .029 | .032 | 0.570 | .569 |
| Cohesión | .326 | .380 | 7.540 | <.001 |
| Confianza | .150 | .195 | 1.944 | .053 |
| ¹ Apoyo | -.202 | -.284 | -2.644 | .009 |
| Reconocimiento | -.022 | -.020 | -0.285 | .776 |
| Equidad | .037 | .044 | 0.524 | .601 |
| Innovación | .328 | .444 | 4.338 | <.001 |

a. Variable dependiente: Valoración de su labor

Finalmente se concluye que el clima organizacional predice significativamente al factor valoración de su labor, teniendo especial importancia la dimensión cohesión, apoyo e innovación.

En síntesis, el clima organizacional predice a todos los factores de la percepción de la calidad de servicio del usuario interno, con grados de importancia (ver tabla 20).

Tabla 20

Resumen de Coeficientes estandarizados Beta de los coeficientes de regresión

| y \ x | Autonomía | Cohesión | Confianza | Apoyo | Reconci- ento | Equidad | Innovación |
|-----------------|-----------|----------|-----------|---------|------------------|---------|------------|
| Liderazgo | -0.083* | 0.177* | 0.192* | 0.179* | 0.142* | 0.144* | 0.216* |
| Valoración | 0.032 | 0.380* | 0.195 | -0.284* | -0.020 | 0.044 | 0.444* |
| Cooperación | 0.127* | 0.607* | 0.128 | -0.170 | 0.071 | -0.008 | 0.101 |
| Responsabilidad | 0.054 | 0.298* | 0.037 | 0.004 | 0.114 | 0.088 | 0.182 |

(*) $P < 0.05$

De la tabla 20, se observa que el clima organizacional es un predictor de la variable percepción de calidad de servicio del usuario interno. Todas las dimensiones del clima organizacional predicen significativamente con el liderazgo de gestión.

Las dimensiones cohesión, apoyo e innovación del clima organizacional predicen al factor valoración de su labor. La dimensión cohesión predice la responsabilidad institucional.

Finalmente, las dimensiones del clima organizacional que no predicen significativamente a los factores de percepción de calidad de servicio interno son reconocimiento, equidad y confianza, cabe indicar que estas conclusiones se desprenden de los coeficientes estandarizados Beta que trabaja con las

puntuaciones típicas de los coeficientes de regresión facilitando las comparaciones realizadas en términos de importancia.

DISCUSIÓN

Los resultados permiten fortalecer lo que teóricamente se señala entre los aportes importantes que se viene planteando sobre el clima organizacional, en especial, en la predicción que tiene en el comportamiento de los usuarios internos de contextos sociolaborales de instituciones burocráticas públicas, tales como el impacto en su desempeño y satisfacción laboral. Se observa en la muestra estudiada en dicho contexto que, las variables de clima organizacional y de percepción de la calidad de servicio del usuario interno, se ubican a nivel promedio, destacando la relación de predicción alta del clima organizacional en la percepción de la calidad de servicio del usuario interno, lo que permite aseverar que el clima organizacional predice a la percepción de la calidad de servicio del usuario interno, por lo que, es importante vincularlo a una condición laboral necesaria para la salud laboral de los actores, ya que se confirma que el clima de servicio guarda relación con la satisfacción de los usuarios externos planteado por Schneider, White y Paul, (1998).

Del mismo modo, concordado con Rojas (2017), Redhead (2015), Bellou y Andronikidis (2008), Dean (2004), Storbacka, Strandvik y Grönroos (1994), que concluyeron que, el usuario interno al brindar u ofrecer servicios de calidad

mejorará la satisfacción de los clientes externos, variable estudiada predominante en la gestión empresarial u organizacional, para el caso estudios con clientes internos se encontró esta misma relación significativa positiva, Vega (2017), permitiendo aproximarse a señalar la importancia que pueda tener la percepción de la calidad de servicio del usuario interno objeto de estudio de la presente investigación.

En esa perspectiva la predicción del clima organizacional en la percepción de la calidad de servicio del usuario interno, se centra en los objetivos de desarrollo sostenible del milenio, enfatizando con el objetivo de salud y bienestar como con el trabajo decente y crecimiento económico, que asimismo está normado en el país, mandato que se observa con el resultado del objetivo de la investigación sobre clima organizacional, lo que demuestra su importancia, y cobrando fuerza lo dispuesto en la Ley 30057 del servicio civil, que dictamina que se requiere de un cambio cognitivo - cultural de los agentes que lideran la aplicación de las políticas para una gestión de mejora continua del clima organizacional saludable.

De ahí, los resultados del estudio nos indican en términos generales, que con el conocimiento de la percepción de la calidad de servicio del usuario interno sabremos qué calidad de clima organizacional tiene la organización, que al observarse el nivel de resultado en un (69.4%) que predice el clima organizacional a la percepción de la calidad de servicio del usuario interno en organizaciones públicas mediante una correlación múltiple y significativa, identificándose así mismo, como los grandes predictores a las dimensiones del

clima organizacional la cohesión, confianza e innovación en los colaboradores de la institución pública, Lima- Perú.

Ubicadas estas significativas dimensiones del clima organizacional, proporciona especificidad y precisión al vincularlo con la percepción de la calidad de servicio del usuario interno, que demarca lograr un acercamiento al conocimiento de la compleja variable de clima organizacional que en si ya se considera una generalidad en su diagnóstico.

De ahí que se señala como premisa en concordancia con la hipótesis de que el clima organizacional predice al factor de cooperación en las instituciones, se contrasta en un (55,7%) que el clima organizacional predice al factor de cooperación entre usuarios internos por acción de la gestión responsable de generar un ambiente de cooperación y ayuda mutua entre usuarios internos que permite fortalecer el clima organizacional.

Que lleva a precisar que entre las dimensiones del clima organizacional se evidencia la autonomía y cohesión como predictores del factor de cooperación entre usuarios internos de la variable percepción de la calidad de servicio del usuario interno. Resultados concomitantes de la autonomía con los ya señalados por Piaget, Maslow y Jacobo Moreno, que plantean que ambientes de libertad genera la creatividad; lo que refleja que, al darle libertad a los trabajadores en los aspectos de toma de decisión, forma de trabajo, legitimar sus iniciativas son indicadores de constitución de contextos sociolaborales con autonomía.

Estos contextos que conjuntamente con el fomento de la unión orientada a propiciar cohesión entre compañeros de trabajo, retroalimenta el clima organizacional saludable, que va a predecir la percepción de la calidad de servicio del usuario interno, asimismo mejorará la productividad y satisfacción laboral de los usuarios internos, tal como se viene evidenciando (Pentland, 2010).

En ese misma perspectiva, se observa de acuerdo con Cuadrado, Tabernero y Steinel (2016) y Kirkpatrick, Waugh, Valencia y Webster (2002), que la calidad del servicio interno incide significativa y positivamente en los comportamientos prosocial entre compañeros de trabajo, medido por la cooperación entre usuarios internos, asimismo concordando con Vega (2017), quien evidenció que al mejorar la interacción entre compañeros de trabajo y generando una buena relación de “confianza” con el jefe mejorará la calidad del servicio, porque se fortalece el sentimiento de equipo para hacer un bien común, afirmación apoyada por los estudios de Ruiz (2010), que se viene promocionado por la responsabilidad social institucional, aún hoy a nivel larvado, en un (39,9%) como predictor del clima organizacional en el factor de responsabilidad social institucional.

Por otro lado, se reconfirma lo que en la década de 1940, se evidencia la influencia del líder en crear, mantener o modificar el clima o ambiente psicológico de un grupo (en campamento juvenil) a la luz de la teoría de campo por sus seguidores Lippit y White de K. Lewin, hallazgo que se evidencia en un (75%) de

predicción significativa del clima organizacional en la dimensión de liderazgo de la gestión, resultando muy significativo aún para el 0.000 de margen de error.

Cabe destacar, que la predicción de esta variable está dado por todas las dimensiones del clima organizacional en los factores de la percepción de la calidad del usuario interno, con actuales resultados similares encontrados por Payeras (2004) e Ibáñez (2002), quienes afirman que los estilos de liderazgo tienen una influencia directa y fuerte en el clima organizacional, que lleva a un impacto directo en los resultados y que pueden explicar las causas de que, unas empresas tengan éxito y otras no, es por esta razón que el gerente o líder tiene la responsabilidad no sólo de dirigir la motivación de sus trabajadores (Kolb, Rubin y McIntyre, 1977), sino también de crear contextos sociolaborales saludables; asimismo, transmitir confianza, inspiración e innovación a los trabajadores, tal como lo afirman Robbins y Judge (2009) y los guíen a fin de conseguir los objetivos establecidos por las instituciones, precisado por De la Cruz (2015).

Del mismo modo se evidenció que el clima organizacional predice a la dimensión de valoración de su labor en (48.6 %), resultando significativo aún para el 0.000 de margen de error, encontrando mayor énfasis por las dimensiones cohesión, apoyo e innovación, concordando con Valencia (2013), que la percepción de respaldo, acompañamiento y orientación en el trabajo por parte del jefe define el grado de apoyo que siente el trabajador en la empresa, planteando que el acompañamiento con un sentimiento de grupo más innovación se logra mejorar el clima organizacional.

Finalmente, se evidencia en una institución burocrática que aun no siendo solo publica sino también puede ser privada, las dimensiones del clima que no predicen significativamente a los factores de percepción de calidad de servicio del usuario interno son: reconocimiento, equidad y confianza, lleva a asumir que no son propias actualmente en nuestra realidad en el país de una cultura de gestión de calidad de salud, lo que lleva a formular interrogantes para ser contrastadas en futuras investigaciones por la importancia y preponderancia en el bienestar de los trabajadores otorgados por estas dimensiones del clima organizacional.

CONCLUSIONES

Como corolario del análisis de resultados se ha llegado a las siguientes conclusiones :

1. Se acepta la hipótesis general: El clima organizacional predice a la percepción de la calidad de servicio del usuario interno en una institución pública, Lima- Perú.
2. Se acepta la hipótesis específica: El clima organizacional predice al factor cooperación entre usuarios internos de la variable percepción de la calidad de servicio del usuario interno en una institución pública, Lima- Perú.
3. Se acepta la hipótesis específica: El clima organizacional predice al factor liderazgo de gestión de la variable percepción de la calidad de servicio del usuario interno en una institución pública, Lima- Perú.
4. Se acepta la hipótesis específica: El clima organizacional predice al factor responsabilidad social institucional de la variable percepción de la calidad de servicio del usuario interno en una institución pública, Lima- Perú.
5. Se acepta la hipótesis específica: El clima organizacional predice al factor valoración de su labor de la variable percepción de la calidad de servicio del usuario interno en una institución pública, Lima- Perú.
6. Las dimensiones del clima que no inciden significativamente a la variable percepción de calidad de servicio del usuario interno son: reconocimiento, equidad y confianza, según los coeficientes estandarizados Beta que

trabaja con las puntuaciones típicas de los coeficientes de regresión facilitando las comparaciones realizadas en términos de importancia.

RECOMENDACIONES

1. En futuras investigaciones es pertinente el estudio de la satisfacción laboral con la percepción de la calidad del servicio del cliente interno en ámbitos organizacionales.
2. En futuras investigaciones es pertinente para el estudio del clima organizacional, utilizar específicamente las dimensiones del clima organizacional: cohesión, confianza e innovación en los colaboradores de la institución pública, Lima- Perú.
3. Los resultados evidencian que tenemos que poner énfasis en temas de responsabilidad social institucional, a fin de generar conciencia del cuidado del medio ambiente, la comunidad y proyectos sociales, para ello es importante dentro del clima organizacional que se fortalezca la integración entre usuarios internos, sentimiento de grupo y se trabajen temas de innovación en proyectos de responsabilidad social.

REFERENCIAS

- Abraham, M. (1991). *Motivación y personalidad*. Madrid: Díaz de Santos.
- Adler, A. (2000). *El sentido de la vida*. Madrid: Ahimsa.
- Albrecht, K., & Bradford, L. (1989). *The service advantage: How to identify and fulfill customer needs*. Homewood: I11: Dow Jones-Irwin.
- Argyris, C. (1973). Personality and Organization Theory Revisited. *Administrative Science Quarterly*, 141 - 167.
- Ascendo. (s.f.). *Clima laboral en Latinoamérica 2013-2014*. Obtenido de <https://rdstation-static.s3.amazonaws.com/cms%2Ffiles%2F782%2F1436218067Estudio+de+Clima+Laboral+en+Am%C3%A9rica+Latina+2013-2014.pdf>
- Atalaya, M. (2014). Clima laboral y síndrome de Burnout en personal de una empresa agente de aduanas. (*Tesis de Maestría*). Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Lima.
- Ato, M., López, J., & Benavente, A. (2013). Un sistema de clasificación de los diseños de investigación en psicología. *Anales de Psicología*, 29(3), 1038 - 1059. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/167/16728244043.pdf>
- Balmori, G., & Flores, J. (2014). MECSI: Modelo para evaluar la calidad del servicio interno. *Innovaciones de Negocios*, 11(22), 191- 213.
- Bartels, J., Pruyn, A., De Jong, M., & Joustra, I. (2007). Multiple organizational identification levels and the impact of perceived external prestige and communication climate. *Journal of organizational behavior*, 28(2), 173 - 190.

- Bellou, V., & Andronikidis, A. (2008). The impact of internal service quality on customer service behaviour: Evidence from the banking sector. *International Journal of Quality & Reliability Management*, 25(9), 943 - 954.
- Blanco, A. (2011). *Psicología social*. Madrid: Centro de Estudios Financieros.
- Bordas, M. (2016). *Gestión estratégica del clima laboral*. Madrid: UNED.
- Brunet, L. (2009). *El clima de trabajo en las organizaciones*. México: Trillas.
- Burton, R., Lauridsen, J., & Obel, B. (2004). The impact of organizational climate and strategic fit on firm performance. *Human Resource Management*, 43(1), 67 - 82. doi:10.1002/hrm.20003
- Carron, A. (1982). Cohesiveness in sport groups: Interpretations and considerations. *Journal of Sport Psychology*, 4, 123-138. doi:10.1123/jsp.4.2.123
- Chiang, M., Salazar, M., Huerta, P., & Nuñez, A. (2008). Clima organizacional y satisfacción laboral en organizaciones del sector estatal (instituciones públicas): Desarrollo, adaptación y validación de instrumentos. *UNIVERSUM*, 2(23), 66 - 85.
- Chiang, M., Salazar, C., & Nuñez, A. (2007). Clima organizacional y satisfacción laboral en un establecimiento de salud estatal: hospital tipo 1. *Theoria*, 16(2), 61 - 76.
- Chiavenato, I. (2009). *Comportamiento organizacional: la dinámica del éxito en las organizaciones*. México: McGraw-Hill.
- Cuadrado, E., Tabernero, C., & Steinel, W. (2016). Prosocial behaviour, inclusion and exclusion: why and when do. *International Journal of Social Psychology*, 31(3), 463 - 499.

- De Diego, R., De la Fuente, R., & Boada, J. (2007). Clima laboral en la empresa. En R. De Diego, & R. De la Fuente, *Estrategias de liderazgo y desarrollo de personas en las organizaciones* (págs. 41 - 65). España: Ediciones Pirámide.
- De Guevara, U. (2009). Medición de la satisfacción del cliente interno en una empresa de transformación. (*Tesis de maestría*). Universidad Veracruzana, Xalapa-Enríquez.
- De la Cruz, I. (2015). *Gestión del equipo de trabajo del almacén*. España: Ministerio de Educación, Cultura y Deporte.
- Dean, A. (2004). Links between organisational and customer variables in services delivery: Evidence, contradictions and challenges. *International Journal of Service Industry Management*, 332-350.
- Domínguez, H. (2006). *El servicio Invisible: Fundamento de un buen servicio al cliente*. Colombia: Ecoe Ediciones.
- Ehrhart , M., Schneider, B., & Macey, W. (2013). *Organizational climate and culture: An Introduction to Theory, Research, and Practice*. New York: Routledge.
- Ekvall, G. (2003). *El clima organizacional una puesta a punto de la teoría e investigación*. Madrid: Colegio Oficial de Psicólogos de Madrid.
- Fernández - Ríos, M., & Sánchez, J. (1997). *Eficacia organizacional: Concepto, desarrollo y evaluación*. España: Díaz de Santos.
- Fornell, C., & Wernerfelt, B. (1987). Defensive Marketing Strategy by Customer Complaint Management: A Theoretical Analysis. *Journal of Marketing Research*, 24(4), 337 - 346.

- Furnham, A. (2001). *Psicología organizacional: El comportamiento del individuo en las organizaciones*. México: Oxford University Press.
- Furnham, A. (2008). *Psicología Organizacional*. México: Alfaomega.
- Grönroos, C. (1984). A Service Quality Model and its Marketing Implications. *European Journal of Marketing*, 18(4), 36 - 44.
- Grönroos, C. (1990). Relationship Approach to Marketing in Service Contexts: The Marketing and Organizational Behavior Interface. *Journal of Bussines Research*, 20(1), 3 - 11.
- Grönroos, C., & Gummerus, J. (2014). The service revolution and its marketing implications: service logic vs service-dominant logic. *Managing Service Quality*, 24(3), 206 - 229.
- Hernández, R., Méndez, S., & Contreras, R. (2014). Construcción de un instrumento para medir el clima organizacional en función del modelo de los valores en competencia. *Contaduría y Administración*, 59(1), 229 - 257.
- Herzberg, F. (1974). Motivation- Hygiene Profiles. *Organizational Dynamics*, 18 - 29.
- Hill, C., Jones, G., & Schilling, M. (2015). *Administración estratégica: Teoría y caos. Un enfoque integral* (11a. ed.). México: Cengage Learning.
- Ibáñez, M. (2002). *Comportamiento organizacional de las empresas*. Lima: Editorial Universitaria.
- Ivancevich, J., Konopaske, R., & Matteson, M. (2006). *Comportamiento organizacional*. México: McGraw-Hill Interamericana.
- James, L. (1982). Aggregation bias in estimates of perceptual agreement. *Journal of Applied Psychology*, 67(2), 219 - 229.

- Jiménez, A. (2013). *Liderazgo*. Madrid: Díaz de Santos.
- Kirkpatrick, L., Waugh, C., Valencia, A., & Webster, G. (2002). The Functional Domain Specificity of Self-Esteem and the Differential Prediction of Aggression. *Journal of Personality and Social Psychology*, 82(5), 756 - 767.
- Kolb, D., Rubin, I., & McIntyre, J. (1977). *Psicología de las Organizaciones: Problemas contemporáneos*. Madrid: Prentice-Hall Internacional.
- Koys, D., & DeCottis, T. (1991). Inductive Measures of Psychological Climate. *Human Relations*, 44(3), 265- 285.
- Lerner, M., & Miller, D. (1978). Just world research and the attribution process: looking back and ahead. *Psychological Bulletin*, 1030 - 1050.
- Ley N° 30057, Ley del Servicio Civil. (4 de julio de 2013). El Peruano. Lima, Perú: El Peruano.
- Londoño, M. (2007). Diferencias entre el apoyo del jefe e imagen gerencial en muestras de Colombia, Costa Rica, Ecuador, Panamá, Perú y Venezuela. *Revista Interamericana de Psicología Ocupacional*, 26(2), 22 - 37. Obtenido de file:///C:/Users/suseyla/Downloads/79-157-1-SM.pdf
- Mayer, D., Ehrhart, M., & Schneider, B. (2009). Service attribute boundary conditions of the service climate - Customer satisfaction link. *Academy of Management Journal*, 52(5), 1034 - 1050.
- Mayer, D., Ehrhart, M., & Schneider, B. (2009). Service attribute boundary conditions of the service climate-customer satisfaction link. *Academy of Management Journal*, 52(5), 1034 - 1050.
- McGuire, J. (1963). *Business and society*. New York: McGraw-Hill.

- McMurray, A., Scott, D., & Pace, R. (2004). The Relationship Between Organizational Commitment and Organizational Climate in Manufacturing. *Human Resource Development Quarterly*, 15(4), 473 - 488.
- Michela, J., & Burke, W. (2000). Organizational Culture and Climate in Transformations for Quality and Innovation. En N. Ashkanasy, C. Wilderom, & M. Peterson, *Handbook of Organizational Culture and Climate* (págs. 225 - 244). Thousand Oaks: Sage Publications.
- Möllering, G., Bachmann, R., & Hee, S. (2004). Understanding organizational trust – foundations, constellations, and issues of operationalisation. *Journal of Managerial Psychology*, 19(6), 556 - 570.
- Omar, A. (2011). Liderazgo transformador y satisfacción laboral: El rol de la confianza en el superior. *Liberabit*, 17(2), 129-137. Obtenido de <http://www.scielo.org.pe/pdf/liber/v17n2/a03v17n2.pdf>
- Orbegoso, A. (2012). El clima organizacional y la motivación intrínseca en trabajadores de la Región de la Libertad. (*Tesis de Maestría*). Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Lima.
- Ospina, A. (2014). *¿Qué tan importante es el servicio al cliente interno y externo en una compañía?* Obtenido de Universidad Militar Nueva Granada: <https://repository.unimilitar.edu.co/bitstream/10654/13138/1/ASTRID%20VANESSA%20OSPINA%20MAHECHA.pdf>
- Paredes , M. (2013). Cohesión de equipos de trabajo y clima laboral percibido por los empleados de la Universidad de Montemorelos. *Apuntes Universitarios*, 3(2), 39 - 56.
- Paredes, M., & Hernández, H. (2018). Estructura factorial de la escala de percepción de la calidad de servicio del usuario interno para instituciones

- públicas. *Universidad Nacional Mayor de San Marcos*. En proceso de Arbitraje.
- Parrat-Dayán, S. (2007). Contextos autoritarios y cooperativos y su repercusión en el desarrollo del sujeto. *Educar*(30), 89-106.
- Payeras, J. (2004). *Coaching y liderazgo para directivos interesados en incrementar sus resultados*. España: Díaz de Santos.
- Pelaes, O. (2010). Relación entre el clima organizacional y la satisfacción del cliente en una empresa de servicios telefónicos. (*Tesis de Doctor*). Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Lima.
- Pentland, A. (2010). Las raíces de la innovación. En I. Hiroyuki, *Innovación: Perspectivas para el siglo XXI* (págs. 23-31). Banco Bilbao Vizcaya Argentaria (BBVA).
- Pérez-Bustamante, G., & Sáenz, F. (2010). Autonomía laboral, transferencia de conocimiento y motivación de los trabajadores como fuente de ventajas competitivas. *Cuadernos de Economía*, 19(52), 183 - 211.
- Príncipe, F. (2018). Relación del clima organizacional y el desempeño laboral del personal de la industria metal mecánica en Lima Norte. (*Tesis de Titulación*). Universidad San Ignacio de Loyola, Lima.
- Pulido-Martínez, H. (2010). Autonomía en el trabajo. "El reto por opciones" a la luz de la producción del sujeto neo-liberal. *Revista Iberoamericana de Psicología: Ciencia y Tecnología*, 3(1), 7-15.
- Reardon, K., & Enis, B. (1990). Establishing a Companywide Customer Orientation through Persuasive Internal Marketing. *Management Communication Quarterly*, 3(3), 376 - 387.

- Redhead, R. (2015). Calidad de servicio y satisfacción del usuario en el Centro de Salud Miguel Grau Distrito de Chaclacayo. (*Tesis de Maestría*). Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Lima.
- Resolución de Presidencia Ejecutiva N° 150. (24 de agosto de 2017). SERVIR. *Guía para la Gestión del Proceso de Cultura y Clima Organizacional del Sistema Administrativo de Gestión de Recursos Humanos*. Lima, Perú.
- Resolución de Presidencia Ejecutiva N° 238. (10 de noviembre de 2014). SERVIR. *Directiva N° 002-2014 SERVIR/GDSRH- Normas para la Gestión del Sistema Administrativo de Gestión de Recursos Humanos en las entidades públicas*. Lima, Perú.
- Riordan, C., Vandenberg, R., & Richardson, H. (2005). Employee involvement climate and organizational effectiveness. *Human Resource Management*, 44(4), 471 - 488.
- Robbins, S., & Judge, T. (2009). *Comportamiento organizacional* (Decimotercera ed.). México: Pearson.
- Rodríguez, D. (2005). *Diagnóstico organizacional* (6 ed.). México: Alfaomega.
- Rojas, W. (2017). Influencia de la la calidad de servicio en la satisfacción de los usuarios de la Municipalidad Distrital de Pueblo Nuevo, provincia de Chíncha, región Ica. (*Tesis de Maestría*). Universidad Privada San Juan Bautista, Lima.
- Ruiz , M. (2010). *El trabajo en equipo. La colaboración en la educación*. Sevilla: Wanceulen Editorial.
- Sánchez, V., Cano, Á., & Peribáñez, E. (2017). *Responsabilidad social corporativa. El papel de las Naciones Unidas y otras organizaciones internacionales en la promoción de la RSC*. Madrid: DYKINSON.

- Sarmiento, S., & Paredes, M. (2019). Percepción de la calidad de servicio del usuario interno en una institución pública. *Revista Industrial Data*, 22(1), 95 - 112. doi:<http://dx.doi.org/10.15381/idata.v22i1.16529>
- Schneider, B., & Nicole, A. (2002). Climate Strength: A New Direction for Climate Research. *Journal of Applied Psychology*, 87(2), 220 - 229.
- Schneider, B., Ehrhart, M., & Macey, W. (2013). Organizational climate and culture. *Annual Review of Psychology*, 361 - 388.
- Schneider, B., White, S., & Paul, M. (1998). Linking Service Climate and Customer Perceptions of Service Quality: Test of a Causal Model. *Journal of Applied Psychology*, 83(2), 150 - 163.
- Simancas, R. (2012). Cliente interno y calidad de servicio en las organizaciones productivas. *Dictamen Libre*, 81- 89.
- Storbacka, K., Strandvik, T., & Grönroos, C. (1994). Managing Customer Relationships for Profit: The Dynamics of Relationship Quality. *International Journal of Service Industry Management*, 5(5), 21 - 38.
- Valencia, M. (2013). Apoyo del Jefe. En F. Toro, & A. Sanín, *Gestión del clima organizacional. Intervención basada en evidencias* (págs. 93 - 104). Medellín: Cincel. doi:[10.21772/gco.ibe](https://doi.org/10.21772/gco.ibe)
- Vega, K. (2017). Calidad de servicio y satisfacción del usuario interno en la Dirección de Medicamentos, Insumos y Drogas Ancash. (*Tesis de Maestría*). Universidad César Vallejo, Lima.
- Zeitham, V. (2000). Service Quality, Profitability, and the Economic Worth of Customers: What We Know and What We Need to Learn. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 28(1), 67 - 85.

ANEXOS

ANEXO 1: Consentimiento informado

Estimado trabajador:

PRODUCE, está realizando la encuesta de ambiente laboral con el propósito de recoger información sobre de la percepción del clima organizacional y la percepción de la calidad de servicio del usuario interno, con la finalidad de proponer mejoras en el entorno laboral que ayuden a generar espacios saludables y buena disposición a brindar servicio de calidad entre colaboradores internos.

El resultado de la encuesta será exclusivamente para dicho fin y se mantendrá la reserva de aspectos confidenciales de carácter personal.

AUTORIZACIÓN

Conozco el motivo y uso de la información que voy a brindar; por lo cual, marco cada una de las siguientes alternativas que detallan en el cuestionario.

ANEXO 2: Cuestionario de Clima organizacional

Conozco el motivo y uso de la información SI ☐ NO ☐

INSTRUCCIÓN

A continuación, le presentamos un conjunto de afirmaciones que Ud. evaluará y marcará con un aspa (X) en el casillero de cada enunciado según la categoría en el encabezado del cuadro.

Se le pide responder con confianza a todos los enunciados. No hay respuestas correctas o incorrectas. Los resultados se tratarán de manera general, confidencial y anónima. Agradeceremos responda a todas las expresiones.

| Nº | ENUNCIADOS | Totalmente en desacuerdo | En Desacuerdo | Ni en acuerdo ni en desacuerdo | De acuerdo | Totalmente de acuerdo |
|----|--|--------------------------|---------------|--------------------------------|------------|-----------------------|
| 1 | Tomo la mayor parte de las decisiones para que influyan en la forma en que desempeño mi | | | | | |
| 2 | Las personas que trabajan en mi institución se ayudan los unos a los otros. | | | | | |
| 3 | Puedo confiar en que mi jefe no divulgue las cosas que le cuento en forma confidencial. | | | | | |
| 4 | Puedo contar con la ayuda de mi jefe cuando la necesito. | | | | | |
| 5 | Puedo contar con una felicitación cuando realizo bien mi trabajo. | | | | | |
| 6 | Puedo contar con un trato justo por parte de mi jefe. | | | | | |
| 7 | Mi jefe me anima a desarrollar mis propias ideas. | | | | | |
| 8 | Yo decido el modo en el que ejecutaré mi trabajo. | | | | | |
| 9 | Las personas que trabajan en mi institución se llevan bien entre sí. | | | | | |
| 10 | Mi jefe es una persona de principios definidos. | | | | | |
| 11 | A mi jefe le interesa que me desarrolle profesionalmente. | | | | | |
| 12 | La única vez que se habla sobre mi rendimiento es cuando he cometido un error. | | | | | |
| 13 | Los objetivos que fija mi jefe para mi trabajo son razonables. | | | | | |
| 14 | A mi jefe le agrada que yo intente hacer mi trabajo de distintas formas. | | | | | |
| 15 | Yo propongo mis propias actividades de trabajo. | | | | | |
| 16 | Las personas que trabajan en mi institución tienen un interés personal el uno por el otro. | | | | | |
| 17 | Mi jefe es una persona con quien se puede hablar abiertamente. | | | | | |
| 18 | Mi jefe me respalda al 100%. | | | | | |
| 19 | Mi jefe conoce mis puntos fuertes y me los hace notar. | | | | | |
| 20 | Es poco probable que mi jefe me halague sin motivos. | | | | | |
| 21 | Mi jefe me anima a mejorar mis formas de hacer las cosas. | | | | | |
| 22 | Determino los estándares de ejecución de mi trabajo. | | | | | |
| 23 | Existe espíritu de "trabajo en equipo" entre las personas que trabajan en mi institución. | | | | | |
| 24 | Mi jefe cumple con los compromisos que adquiere conmigo. | | | | | |
| 25 | Es fácil hablar con mi jefe sobre problemas relacionados con el trabajo. | | | | | |
| 26 | Mi jefe es rápido para reconocer una buena ejecución. | | | | | |
| 27 | Mi jefe no tiene favoritos. | | | | | |
| 28 | Mi jefe me anima a encontrar nuevas formas de enfrentar antiguos problemas. | | | | | |
| 29 | Organizo mi trabajo como mejor me parece. | | | | | |
| 30 | Siento que tengo muchas cosas en común con la gente que trabaja en mi unidad. | | | | | |
| 31 | No es probable que mi jefe me dé un mal consejo. | | | | | |
| 32 | Mi jefe me respalda y deja que yo aprenda de mis propios errores. | | | | | |
| 33 | Mi jefe me utiliza como ejemplo de lo que se debe hacer. | | | | | |
| 34 | Si mi jefe despidió a alguien es porque probablemente esa persona se lo merece. | | | | | |
| 35 | Mi jefe "valora" nuevas formas de hacer las cosas. | | | | | |

ANEXO 3: Escala de Percepción de la calidad de servicio del usuario

interno

Conozco el motivo y uso de la información SI ☐ NO ☐

INSTRUCCIÓN

A continuación, le presentamos un conjunto de afirmaciones que Ud. evaluará y marcará con un aspa (X) en el casillero de cada enunciado según la categoría en el encabezado del cuadro.

Se le pide responder con confianza a todos los enunciados. No hay respuestas correctas o incorrectas. Los resultados se tratarán de manera general, confidencial y anónima. Agradeceremos responda a todas las expresiones.

| Nº | ENUNCIADOS | Totalmente en desacuerdo | En Desacuerdo | Ni en acuerdo ni en desacuerdo | De acuerdo | Totalmente de acuerdo |
|----|--|--------------------------|---------------|--------------------------------|------------|-----------------------|
| 1 | Nuestro jefe apoya a las nuevas ideas e iniciativas que le damos. | | | | | |
| 2 | Encuentro cooperación con trabajadores de las distintas áreas de la empresa. | | | | | |
| 3 | Siento que en el trabajo hay dirección y liderazgo para el cumplimiento de metas de la empresa. | | | | | |
| 4 | Nos apoyamos entre compañeros para hacer un producto al gusto del cliente. | | | | | |
| 5 | Mis compañeros se involucran capacitándose para enfrentar los nuevos retos del trabajo. | | | | | |
| 6 | Entre los colaboradores en el trabajo se promueve la reducción y reciclaje de residuos o basura. | | | | | |
| 7 | Cuento con el aporte oportuno de mis compañeros para cumplir con mi labor. | | | | | |
| 8 | Hay compañeros de trabajo que son voluntarios (as) en las actividades de ayuda en la comunidad. | | | | | |
| 9 | Hacemos el esfuerzo permanente entre compañeros para mantener la mejora del producto. | | | | | |
| 10 | Mi institución promueve oportunidades de formación o desarrollo a la gente de mi comunidad. | | | | | |
| 11 | Tenemos convencimiento que en mi institución tomamos medidas para un trabajo sin peligros. | | | | | |
| 12 | Sentimos que nuestro jefe es justo con nosotros. | | | | | |
| 13 | En mi institución sentimos equidad para lograr las oportunidades para desarrollarnos. | | | | | |
| 14 | Aprecio la vinculación que se da entre la institución y mi familia mediante actividades culturales y sociales. | | | | | |
| 15 | Me siento feliz porque en mi trabajo desarrollo las tareas para las que me preparé. | | | | | |
| 16 | Sabemos entre compañeros que el trabajo es útil para los clientes. | | | | | |
| 17 | Entre nosotros hay habilidad para asumir la responsabilidad social en la institución. | | | | | |
| 18 | Mi compañero de trabajo me alienta a poner énfasis en mi desarrollo personal. | | | | | |
| 19 | Con mis compañeros hago uso eficiente de los recursos para nuestra actividad. | | | | | |